

07 | 06 | Rosenkilden

NÆRINGS- LIVSMAGASINET

Kultur og samfunn

- Det er viktig å drøfte hvilken rolle kunsten skal ha i det offentlige rom, sier Jan Gjerde s.12-13

- Har noe gått tapt på veien mot profesjonalisering og internasjonalisering av fotballen, spør Egil Rugland s. 20-21

- STAR (Stavanger Rock) vil få fart på pop- og rockbransjen i Stavanger-regionen. s 42-43

PROFILER: MARY MILLER **SIDE 4-7**. RIK PÅ KAPITAL **SIDE 8-9**. OM KUNST OG KUNSTSANS **SIDE 12-13**. FEM MILLIONER TIL FORSKNINGSMESSIG EVALUERING AV STAVANGER2008 **SIDE 14-15**. NY ARBEIDSKRAFT TIL ROGALAND - TRIVSEL OG INTEGRASJON **SIDE 18-19**. HAR VIKING MISTET IDENTITETEN? **SIDE 20-21**. BEDRIFTEN I ROSENKILDEN: KVITSØY KOMMUNE **SIDE 22-23**. VISJONER OG ILLUSJONER **SIDE 26-27**. KONSERTHUSET - ET REGIONALT KONKURRANSEFORTRINN **SIDE 28-29**. ADLE KAN SNOFLA **SIDE 32-34**. HYDROGEN SOM DRIVSTOFF **SIDE 36-37**. OPPLEVELSESØKONOMIEN ER HER **SIDE 38-39**. KULTURBØRSEN **SIDE 40-41**. NY I NÆRINGSFORENINGEN: STAR - STAVANGER ROCK **SIDE 42-43**. FILMREVOLUSJONEN **SIDE 46-47**. NÅR ARBEIDSTID ER PENGER **SIDE 48-49**. MEDLEMSUNDERSØKELSE **SIDE 52-53**.

		- Stavanger er en by med en internasjonal befolkning og en internasjonal kultur, og da jeg ble kontaktet med tanke på oppgaven som leder for Stavanger2008, så jeg på det som kanskje den mest spennende oppgaven jeg kunne få, sier Mary Miller, direktør for Stavanger2008.		- Når offentlig debatt om kunst og kritikk får slike komiske utslag som den med jevne mellomrom får i Aftenbladet, kan en mulig forklaring være at aktørene ikke har lest Alexander L. Kiellands essay "Kunst og Kunstsands", eller at man har lest det, men ikke forstått et pip, hevder Jan Gjerde.
	Næringsforeningen i Stavanger-regionen åpner nå et nytt Expat Service Senter, for de som er nye i Rogaland. Senteret skal i første rekke legge forholdene til rette for nye arbeidstakere og deres familier som kommer til regionen. Senteret vil bli ledet av Inger Tone Ødegaard.		Har noe gått tapt på veien mot profesjonalisering og internasjonalisering av fotballen? Har Viking mistet identiteten? Hvorfor skal vi innfinne oss på stadion for å se på at utenlandske middelmådige spillere danke ut lovende lokale spillere, spør Egil Rugland.	

Ansvarlig redaktør: Jostein Soland. **I redaksjonen:** Erik Lindboe, Egil Rugland, Trude Refvem Hembre, Cathrine Gjertsen, Randi Øglænd, og Jan Gjerde. **Utgivelse/produksjon:** Næringsforeningen i Stavanger-regionen. **Telefon:** 51 51 08 80. **Telefaks:** 51 51 08 81. **E-post:** post@stavanger-chamber.no. **www:** www.stavanger-chamber.no. **Opplag:** 14.000. **Forsidefoto:** Kim Laland/BITMAP. Bildet er av Børre Jacobsen, daglig leder i STAR (Stavanger Rock), som har kontor hos Stavanger2008 i tidligere Norges Bank bygget. **Redaksjonen avsluttet** 21. august 2006.

LEDER

MÅL OG MENING

Ved kommende årsskifte vil Det norske oljefondet – eller Pensjonsfondet som det nå så viselig heter – passere 2.000 milliarder norske kroner. Når fellesskapet har penger så det holder – selv om klagene på vår felles offentlige fattigdom er mange og høye – kommer suget etter mening.

Gode tider og en solid økonomisk kapital gir oss anledning til å øke den kulturelle kapitalen. Dette viste professor Lennart Rosenlund i sin doktoravhandling om endringer i Stavangers kulturkapital i årene 1974-1994: - På 70-tallet var det de samme som hadde mye av både økonomisk- og kulturell kapital. Nå har folk her blitt rikere på begge typer kapital (...). I Stavanger er det til og med mulig med interessante debatter om kultur, sier Rosenlund.

Vi har fått en opplevelsesøkonomi, kan Bjarne Berger i sponsorselskapet Thue og Selvaag fortelle til Rosenkilden. Berger og hans selskap skal hente inn til sammen 100 millioner kroner til Stavanger 2008 – prosjektet Europeisk Kulturhovedstad. Målet med denne satsningen er å utvikle regionen på lang sikt. Det handler om å kunne skape de stimuli som den såkalte kreative klassen trenger for å kunne skape verdier til beste for fellesskapet.

I rekrutteringssammenheng er det mer enn arbeidsplassen som gjelder ved valg av bosted. Kultur- og opplevelsestilbudet blir stadig viktigere i kampen om de gode hodene og flinke hendene. Og i markedsføringen endres

bedriftenes fokus fra å være leverandør av varer og tjenester til å tilby minnerike og personlige opplevelser for sine kunder og sine ansatte. Med felles opplevelser som mål.

Stavanger2008 har satt av fem millioner kroner for å undersøke hvordan Kulturhovedstadsåret påvirker våre holdninger til kultur. For næringslivet er det av særlig interesse å se på forholdet mellom kultur og næring, hvordan våre holdninger til kultur henger sammen med våre evner til innovasjon og næringsutvikling. Og: Er det slik at vi har beveget oss fra et samfunn der folk flytter dit jobbene er, til et samfunn hvor bedriftene flytter til de interessante byene?

Denne utgaven av Rosenkilden forsøker å presentere ulike innfallsvinkler til kultur og næring – for nettopp å belyse noen av de utfordringene vi står overfor i vår region før 2008. Der vi alt investerer mer i kultur pr innbygger enn i noen andre norske storbyregioner.

Derfor er det betryggende at lederen for Stavanger 2008, Mary Miller, kan melde til Rosenkildens lesere at framdriften går som forventet – at lagånden er sterk. Nå gjelder det å få med hele regionen i det videre arbeidet. Det er for mange eksempler på at de europeiske kulturhovedstedene ikke har maktet overgangen fra prosjekt til produkt – fordi organisasjonene bak disse har forvitret.

Gjennom Rosenkilden håper Næringsforeningen å øke bevisstheten om nødvendigheten av satsning på kultur for samfunnet generelt og for næringslivet spesielt.



Tekst: Jostein Soland
Tegning: Bjørn Helgøy

OM RETT OG RETTFERDIG

Det er nå en gang slik at det som skal være rett, ikke alltid oppleves som rettferdig. At jussen ikke alltid stemmer med det vi opplever som rettferdig. Da handler det som regel om å ha retten på sin side her og nå, og å kunne vise til rett praksis over tid. Det handler om øyeblikket og de lange linjer – om å vinne slaget, for så kanskje å tape krigen... Ofte på en slik måte at individet kan få rett, mens fellesskapet taper. Det handler om kjøreregel nr. 1 i alle kulturer – forholdet mellom rett og galt.

Her i Stavanger-regionen opplever vi nå to saker som nettopp gir grunnlag for denne typen refleksjoner. Der vår region har kunnet stå fram som en vinner fordi fellesskapet tradisjonelt sett har vært sterkere enn den enkeltes særretter: Rennfast og utvidelsen av E39 gjennom Sandnes.

AVSTAND OG AVMAKT

Rennesøy-folket jubler over at EU-domstolen ESA har gitt dem rett i at innkrevingen av de siste bompengene var ulovlig.

EU har altså gitt bompengemotstanderne i NEI til EU-kommunen Rennesøy rett. I 1972 og 1994 stemte henholdsvis 81,2 og 70,2 av rennesøybuen mot EU ut fra frykten som skapte avmakt, for sentralisme og umyndiggjøring av norske småsamfunn.

Så forties historien om et lokalt samvirke – mellom Vegvesenet i vår region, fylket, kommuner og banker – som på tross av Staten maktet å gjennomføre Rennfast. Hver eneste krone er tatt inn fra brukerne av vegstrekningen. Rennesøybuen har betalt 10% av Rennfast og stått for 30% av bruken.

Finnøybuen mistet ferjeforbindelsen mellom Stavanger og Judaberg – og folk som ville videre med bil til steder i Midtre Ryfylke, ble henvist til Rennfast og ferje fra Rennesøy til Finnøy. Litt av en omvei for den som har vært vant til å bevege seg i tilnærmet rette linjer – på sjøen.

NABOSKAP OG NÆRHET

E39 - Kyststamvegen går videre gjennom Randaberg og Stavanger, og skjærer seg så i en lang bue gjennom Sandnes kommune. Vi snakker om hovedvegen for Vestlandet, for trafikken mellom Stavanger og Sandnes og internt i Sandnes. I landets tyngste verdiskapningsområde og hurtigst voksende region. E39 i

Sandnes klarer ikke å svelge unna trafikken. For næringstrafikken fins det ingen alternativ. For personbefordringen er kollektivtilbudet utilstrekkelig. Staten sier at den først kan gi Sandnes en firefelts motorveg én gang etter 2010.

Igjen sier fellesskapet – lokalpolitikere og næringsliv – at dette må vi gjøre noe med. Først var det en utfordring på å forskottere rentene av 90 millioner i tre år. For staten, uten å få en eneste krone tilbake. Som ble til det dobbelte i fjor. Nå krever naboene i området støyskjerming. I visse soner er støyen høyere enn 55 desibel som skal gi rett til støytiltak. Prisen på denne skal være på rundt regnet 150 millioner. Naboene får nok medhold i Brussel. Men da blir forstoppelsen med alle sine avgasser alvorligere år for år – helt til Staten selv kan starte arbeidet – en gang etter 2010.

For gikk Rennfast-dugnaden ut på å gjøre Rennesøy landfast med bidrag fra en hel landsdel, – så har vi regionalt tatt mål av oss til å forskottere E39-utvidelsen. Vi snakker om å kunne reise 100 millioner kroner – med ansvar for mulige renteendringer.

Så kommer krav om støyskjerming som vil koste nesten like mye som selve veiutvidelsen. E39-traseen har vært kjent gjennom en hel generasjon. Dette har selvfølgelig vist igjen i prisene på både boliger og tomter langs E39. Likevel er nye hus blitt bygd like inn til E39 de siste årene.

RIMELIG

Både Rennesøy og kulvertaksjonistene i Sandnes synes å ha retten på sin side, men det handler om rimelighet på vegne av et større fellesskap. Rennesøy har fått E39 takket være hele landsdelen. Om 10-15 år vil E39 gå utenom Rennesøy – gjennom Rogfast fra Randaberg til Bokn. Rennesøy sitter igjen med en bygdavei som ingen andre norske kommuner kan vise maken til.

Er det da ikke rimelig med litt sjenerøsitet overfor andre? F.eks Finnøybuen og deres Finnfast.

Sandnes får en firefeltsvei med trafikkflyt før statsbudsjettet åpner for den. Er det da ikke slik at også naboene er tjent med at avgassene fra stillestående køer forsvinner? Slik at vi får ut trafikkproppen... Så får Staten i etterkant ta det ansvaret som den måtte ha for støyskjerming, fordi vi er i stand til å definere våre nære prosjekter – uten innblanning fra EU.

Slik blir vi alle vinnere. Med et rimelig perspektiv for alle.

Jostein Soland

- Jeg har alltid beundret Norge og hvordan det norske samfunnet fungerer. Stavanger er en by med en internasjonal befolkning og en internasjonal kultur, og da jeg ble kontaktet med tanke på oppgaven som leder for Stavanger2008, så jeg på det som kanskje den mest spennende oppgaven jeg kunne få, sier Mary Miller, direktør for Stavanger2008.

Mer HOT enn cold

Vi befinner oss i Stavanger Konserthus. Det er International Chamber Music Festival. 1.000 tilskuere har innfunnet seg for å få med seg festivalens sannsynlige høydepunkt: Vidunderpianisten fra Karmøy, Leif Ove Andsnes sammen med Det norske kammerorkester og Stavanger Symfoniorkester. Kombinasjonen Mozarts klaverkonsert nr. 23 og Leif Ove Andsnes bergtar som det heter i kritikerkretserkonsertpublikummet. Det er ovasjoner og bravorop, og Andsnes må bukke og takke i rundt fem minutter i etterkant.



Tekst: Egil Rugland
Foto: Markus Johansson/BITMAP

I pausen gispes det fantastisk fra alle kanter. Og der i foajeen observerer vi direktør i Stavanger2008, Mary Miller. Helt naturlig fordi konserten er et samarbeid mellom Stavanger2008 og Stavanger Internasjonale Kammermusikkfestival. Det går inn i rekken av HOT/cold-arrangementer hvor Stavanger2008 samarbeider med regionale kulturinstitusjoner, konsertsteder og festivaler.

Det er greit å ha denne observasjonen i kropp og sjel idet vi dagen etter ankommer den nyrestaurerte Norges Bank-bygningen med turistinformasjon i første etasje. For det er her organisasjonen til den kommende europeiske kulturhovedstaden i 2008, og den skotske direktøren holder til i annen etasje.

TAKK FOR SIST

- Jeg så deg på konserten i går, sier vi innledningsvis for å understreke av kultur ikke er et helt ukjent begrep for denne rapportør.

- Ja, sier Mary Miller. Det var en bra konsert selv om muligens samspillet mellom Andsnes og orkesteret ikke klaffet helt.

Slik taler en forhenværende musikkritiker, og vi melder omgående pass og har ikke til hensikt å gå dypere inn i kadenser, dur og moll eller takt og tone.

Men i bakhodet før vårt møte med

Mary Miller har vi også en annen smule overraskende observasjon fra denne sagnomsuste konserten. For hvem andre enn Viking-trener Tom Prahl med frue var å se i bedagelig tempo på vei mot baren i pausen for å få seg litt rødvin, for alt vi vet. Det er vel den eneste pausen som til later en Viking-trener å forfriske seg med rødvin.

FOTBALL OG KULTUR

Nå er som kjent fotball også definert som kultur, og trener Prahls kulturinteresse går heldigvis utover bare fotball.

Finnes det til og med paralleller mellom en fotballtreners oppgave og lederoppgaven til Mary Miller?

- Det vet jeg ikke, sier Mary Miller en smule lattermildt. Jeg har aldri trent et fotball-lag, men det har selvsagt med teamarbeid og samspill å gjøre. Men i forbindelse med 2008-arbeidet nøler jeg ikke med å si at Viking er en strålende organisasjon å samarbeide med. Det kan faktisk resultere i samarbeidsprosjekter.

Det var ved utgangen av 2004 at styreformannen for Stavanger2008, ordfører Leif Johan Sevland, proklamerte at Mary Miller var ansatt som direktør for Stavanger2008. Hun kom til stillingen som leder for International Festival of Arts and Ideas i New Haven, Connecticut, og tiltrådte sommeren 2005.

BAKGRUNN

Mary Miller har en bakgrunn som ikke er helt vanlig i kulturadministrative kretser. Utøvende på fiolin som medspiller i

London Symphony Orchestra under Pierre Boulez og i London Sinfonietta, kritiker og musikkredaktør i avisen The Scotsman og programleder i BBC radio 3.

Mellom 1998 og 2001 var Mary Miller leder av The Studio ved English National Opera. En eksperimentell avdeling, et laboratorium for utvikling av nytt musikkteater. Operatoriet ved Den norske Opera er bygget opp med The Studio som modell.

SKOTTLAND

Parallelt med arbeidet i ENO var Mary Miller direktør for Northlands Festival i Skottland. Denne festivalen hadde som ett av sine mål å revitalisere en befolkning og et område preget av utarmet industri og næringsliv (fiske, olje og kjernekraft). Festivalen bragte sammen nordiske (blant annet Brass Brothers og Mari Boine) og britiske artister og la stor vekt på samspill med den lokale befolkningen. Festivalen gjennomføres nesten uten scener og satser i stedet på utradisjonelle arenaer som bussgarasjer, flyhangarer, telt, jernbanestasjoner og skoler.

I 2001 ble hun direktør for International Festival of Arts and Ideas i New Haven, Connecticut i USA med Yale University som et regionalt midtpunkt. Miller trakk blant annet lokal ungdom inn i festivalen gjennom å etablere et rådgivende organ, en Youth Advisory Committee, hvor det kun sitter ungdommer mellom 13 og 16 år.

Alt dette har gitt Mary Miller tilgang til og erfaring fra et bredt internasjonalt nettverk, et nettverk som selvsagt har





- Vi har entusiastisk stab som er på tå hev hele veien. Dette prosjektet er først og fremst et teamarbeid. Det er dynamisk gruppe som jeg er meget fornøyd med, sier Mary Miller, direktør for Stavanger2008. På bildet i midten diskuterer hun programmet med Thorbjørn Tønder Hansen, ny programsjef for Stavanger2008



formet kultursynet og er et naturlig utgangspunkt for arbeidet med 2008.

FASCINERENDE

- Det var en fascinerende oppgave å jobbe med International Festival of Ideas and Arts i New Haven. Budsjettet var på 44 millioner dollars og New Haven var i høy grad et internasjonalt samfunn med en etnisk del på 65%.

- Her fikk vi blant annet til innslag med palestinske og israelske grupper som selvsagt var kontroversielt, og det ble i mine øyne en festival som var spesiell i amerikansk sammenheng. Det var ikke en festival med stjerner, men med mange internasjonalt ukjente navn.

Med seg fra Skottland har Mary Miller en annen erfaring som på mange måter korresponderer bedre med den norske være- og tenkemåten. Slik forklarer hun forskjellen mellom amerikansk og skotsk/norsk selvoppfatning:

- Det er en stor forskjell. Nordmenn og skotter oppfatter seg som en del av noe større. De tilhører Europa med forgreninger videre ut i verden. Amerikanerne ser ikke utover sin egen nasjon og er seg selv nok.

Mary Miller har nå vært i Stavanger i vel ett år og har kommet til en ny kultur og ikke minst et nytt språk.

- Hvorfor Stavanger og 2008?

- Jeg har alltid beundret Norge og hvordan det norske samfunnet fungerer. Stavanger er en by med en internasjonal befolkning og en internasjonal kultur, og da jeg ble kontaktet med tanke på oppgaven som leder for Stavanger2008, så jeg på det som kanskje den mest spennende oppgaven jeg kunne få. Det var lagt et godt grunnlag, og det er helt tydelig at dette er en region som ønsker å være Europeisk Kulturhovedstad, og som involverer seg i arbeidet.

SPRÅK

- Hva med språket og kommunikasjonen?

- Jeg må innrømme at jeg kunne ønske å snakke norsk, og det representerer et visst stress for meg. Det bidrar til at jeg ikke alltid kan få med meg det som skrives i aviser og blader. På den annen side snakker de fleste nordmenn godt engelsk. Men i organisasjonen 2008 er ikke dette noe problem. Det er en atmo-

sfære av full tillit, og det er mitt bestemte inntrykk at ingen utnytter mine manglende norsk-kunnskaper.

- Hva er status for 2008?

- Vi er i god gjenge og har en klar struktur for prosjektet, sier Mary Miller. - Vi er selvsagt avhengig av at vi oppnår målene for sponsormidler, men på det punktet er jeg optimistisk. Men ting skjer ikke av seg selv. Vi må til enhver tid bevise at vi er verdig støtte. Vi skal få til et program som befolkningen i regionen skal være stolte av. Det er viktig å bygge broer mellom organisasjonen og befolkningen. Det er først og fremst for vår egen befolkning vi lager dette arrangementet. Vi skal ikke basere oss på "import".

ÅPEN DØR

- Men det er viktig å understreke at selv om vi har sagt nei til prosjekter, betyr ikke det at vi har lukket døren. Det kan komme nye relasjoner og prosjekter i kjølvannet av det. Av 700 prosjekter har vi sagt nei til 600, men vi er i dialog med de som er ansvarlige for prosjekter som hittil har fått nei.



- Men det er fullt mulig at det vil skje flere endringer i organisasjonen. Det er helt naturlig. Vi skal se nærmere på organisasjonen i 2007, forteller Mary Miller.

- Det har vært kritikk mot at Kielland ser ut til å være glemt?

KIELLAND

- Kielland er ikke glemt. Det er allerede bevilget 1,7 millioner kroner til Kielland-prosjekt. Vi har hatt flere møte med personene bak prosjektet. Det er helt feil å si at vi har glemt Kielland. Jeg har selv et nært forhold til Kielland. Garman og Worse er et fantastisk verk. En av de viktige oppgavene nå er å skaffe midler til et Kielland-prosjekt. Oppfatningen av at Kielland er glemt må bero på misforståelser.

- Organisasjonen har forandret seg underveis?

- Først av alt. Informasjonsdirektør Marianne Melfald var i utgangspunkt tilsett i et korttidsengasjement fra april til desember i fjor. Av familiære grunner arbeidet hun mye i Oslo. Det er den eneste grunnen til at hun sluttet. Når det gjelder Rolf Norås satte vi to oss sammen i begynnelsen av året for å se på organisasjonen. En av hensiktene med organisasjonen er at den skal være fleksibel. Rolf Norås som strategidirektør har nå

mer hånd om det administrative og skal se på og evaluere det videre programmet.

NATURLIG

- Men det er fullt mulig at det vil skje flere endringer i organisasjonen. Det er helt naturlig. Vi skal se nærmere på organisasjonen i 2007. Men det er ingen interne konflikter. Vi har tvert i mot en entusiastisk stab som er på tå hev hele veien. Dette prosjektet er først og fremst et teamarbeid. Det er dynamisk gruppe som jeg er meget fornøyd med.

- Stavanger som kulturby?

- Stavanger er virkelig en kulturby. Ta konserten med Leif Ove Andsnes under kammermusikkfestivalen. Det var 1000 tilskuere, og det er ikke snakk om det var et elitepublikum. Jeg er imponert over det høye nivået på både teateret og symfoniorkesteret og alle kulturskolene. Jeg er også imponert over energien i kulturlivet og driven i selv byen. Det er en by drevet av innbyggerne selv. Ungdommen er aktiv og ikke redd for komme med ideer. Folk i denne byen snakker sammen, det er lite snikk-snakk.

BEVISST

- Når det gjelder betydningen av 2008, skal det prege byen. Byen skal være bevisst statusen som kulturhovedstad. 2008 skal pirre nysgjerrigheten, det skal bidra til at vi aldri skal ta noe for gitt. Det skal bidra til at vi kan finne noe nytt som vi ikke har erfart tidligere. Det skal gjøre noe med selvbildet, og skal få opp adrenalinet i hver enkelt og skape engasjement.

- Det er også grunn til å regne med at 2008 vil gjøre Stavanger mer attraktiv i turistsammenheng. Resten av verden skal oppdage byen i en større målestokk. Ikke bare kulturturister. Stavanger er en fantastisk by. En by inndelt i flere landsbyer som skaper en følelse av nærhet og fremmer naboskap. Det er driv i næringslivet, det er energi og byens egen befolkning er tydelig stolt av byen.

- Det blir pussig å våkne om i 2009 og ikke ha en jobb, sier Mary Miller som bor i Gamle Stavanger.

- Kan Stavanger bli din adresse også etter 2008?

- Jeg har tenkt tanken.



Rik på kapital

-I Stavanger forholder kultureliten seg til byen sin på en annen måte enn i andre byer det er naturlig å sammenligne seg med, sier Lennart Rosenlund.



Tekst: Randi Øglænd

Foto: Markus Johansson/BITMAP

Han er dr. philos og professor i samfunnsvitenskap ved Universitetet i Stavanger. Doktorgraden tok han på sosiale strukturer og endringer i Stavanger-området, med utgangspunkt i to studier fra 1974 og 1994. Der analyserte han forholdet mellom sosial struktur, kulturelle endringer, livsstiler, smak og behag i de tre oljekommunene Stavanger, Sola og Randaberg.

Men nå vil han snakke om Ålborg. Der er han for tiden tilknyttet prosjektet "Social differentiering i nutidige samfund: Et studie af Aalborg" som gjesteforsker.

- Prosjektet analyserer Ålborg på samme måte som mitt prosjekt analyserte Stavanger, sier Rosenlund. - Ålborg og Stavanger kan sammenlignes med hensyn til størrelse på byene og deres posisjon som regionale sentra. Bortsett fra det er byene veldig forskjellige. Jeg tror ikke det skulle kunne gå an å tenke seg at Ålborg skulle søke om å få status som Europeisk Kulturhovedstad, for eksempel. Ikke bare det at Ålborg ikke har et konserthus eller at langt færre går på symfonikonsserter. Den lokale kultureliten har i det hele tatt et annet forhold til sin egen by enn den stavangerske har. Man finner for eksempel ingen lokalavis på pauserommet på Universitet og man diskuterer ikke lokale saker. De samtaler heller om ting som skjer i København og Århus.

ØKNING I KULTURELL KAPITAL

Doktoravhandlingen din går over en 20-års periode. Viser den en endring i vårt forhold til kultur her i regionen?

- Ja, helt tydelig, svarer Rosenlund.

- Andelen kulturelt aktive mennesker har økt radikalt i perioden, og det er ingenting som tyder på at tendensen har snudd eller kommer til å snu. Blant annet viste det seg at folk i Stavanger-området som hadde vært på konsert med Symfoniorkesteret, økte fra 12 til 24 prosent i tidsrommet 1974 – 1994.

- Det sosiale og det kulturelle hierarkiet er i endring, og i dag er lang flere i regionen avhengig av kulturell kapital enn hva tilfellet var for 20 år siden, fortsetter han.

- Sosiale strukturer og deres forandringer var hovedtemaet for doktoravhandlingen min. I avhandlingen presen-

terte jeg to sosiale "kart", eller rom, som henger nært sammen. Det ene av disse rommene viser vår plassering i det sosiale landskapet. Denne er avhengig av to forhold: vår tilgang på økonomisk kapital (inntekt, investeringer i bil, båt, hytte) og vår tilgang på kulturell kapital (utdanning, å ha vokst opp i et "kultivert" hjem, etc.). Det andre kartet viser hvordan typiske livsstiler og holdninger fordeler seg i det sosiale landskapet. Vi finner motsetninger mellom grupper som hovedsaklig er avhengig av sin økonomiske kapital, og de som er avhengig av den kulturelle. Det viser seg at den sistnevnte motsetningen er meget sentral når det gjelder å forstå ulike politisk orienteringer og etiske grunnholdninger.

PENGER VERSUS KULTUR

- Oljens inntog i regionen ført til en sterk økning i den økonomiske kapitalen, forklarer dr. Rosenlund.
- Men samtidig satte den fortgang i en endringsprosess som førte til en tilsvarende økning også i kulturell kapital. På 70-tallet hadde Stavanger en stor arbeiderklasse, en lite middelklasse og et bitte lite borgerskap. Det har nå totalt endret seg. Byen har vokst seg 1,5 gang så stor på disse 20 årene. Middelklassen er blåst opp, og det samme er borgerskapet, mens arbeiderklassen har minket kraftig. På 70-tallet var det de samme som hadde mye av både økonomisk- og kulturell kapital. Nå har folk her blitt rikere på begge typer kapital, og de to formene for kapital har gått hver sin veg.

En gruppe er nå mer avhengig av den økonomiske kapitalen. Deres interesse retter seg mot penger og økonomiens verden. De holder seg orientert om økonomiske forhold og leser Dagens Næringsliv og økonomiske tidsskrifter daglig, og de bruker penger på dyre biler og båter og elektroniske "dingser", og på dyre investeringer i hjemmet. Gruppen med mye kulturell kapital viser derimot økt inter-

esse for å delta i kulturaktiviteter, og de legger vekt på å ha god kjennskap til kultur og kulturtilbudene.

- Nå er det til og med mulig å ha interessante debatter om kultur her i byen, fortsetter professor Rosenlund. - Det er noe med denne byen. Den er liten, men den fortjener den type oppmerksomhet som statusen som Europeisk Kulturhovedstad kan gi.



Lennart Rosenlund, dr. philos og professor i samfunnsvitenskap ved Universitetet i Stavanger tok doktorgraden på sosiale strukturer og endringer i Stavanger-området,

Det skal nå settes i gang et forskningsprosjekt i tilknytning til Stavanger2008. Vil du være involvert i det nye prosjektet?

- Dette er helt klart en unik mulighet til å følge opp en analyse og en studie over en lang tidsperiode, til å se ting i et langsiktig perspektiv. Mine to tidligere studier vil nok bli brukt i tilknytning til det nye forskningsprosjektet, og jeg vil svært gjerne være med å bidra til nye analyser i forbindelse med Stavanger2008.

- For meg er det viktig at vi får et godt materiale som vi kan bruke i undervisningsøyemed, slik at vi kan bidra til klarhet og til at studentene kan tenke om ting på en fornuftig måte, med utgangspunkt i forskningsbasert kunnskap. Det er viktig å kunne forstå mer av vårt samfunn, for derigjennom forstår vi mer av oss selv, avslutter Lennart Rosenlund

PROGRAM
2006:

17.8. - 30.9.

- Kjell Nupen

12.10. - 5.11.

- Per Fronth

9.11. - 10.12.

- Store formater - Nordiske kunstnere

Utstillinger Utsmykking Prosjekter Rådgiving Innramming

KUNSTGALLERIET

Åpent: tir.tor. 11-19 ons.fre. 11-17 lør.søn. 12-16 man. etter avtale

Madlaveien 75 4009 Stavanger www.kunstgalleriet.no tlf 51523070 / 41437444 / 92610220

Flying Blue

the new frequent flyer programme



AIR FRANCE og KLM mener at du som reiser ofte fortjener det beste, og enda litt mer. Bli medlem i Flying Blue.

Spar til bonusbilletter og nyt godt av særbehandling. Det blir fort mange Flying Blue-miles takket være 18 000 daglige flyvninger til 900 destinasjoner over hele verden, samt våre 130 globale partnere. Opptjen nok Miles til å bli Elite-medlem og du vil nyte godt av lounge-tilgang, prioritert innsjekking og bagasjehåndtering ved alle Air France og KLM flyvninger. Bruk dine Miles på bonusflyvninger og oppgraderinger på Air France og KLM's rutenett. Besøk oss på www.airfrance.no eller www.norway.klm.com



Kurs eller konferanse? Utforsk Ryfylke!

Etter ein god sommar kjem hausten der Ryfylke er klar med det du treng for gode konferansar. Intensiv læring eller avkopling, aktiv naturoppleving eller ro, Ryfylke har alt. Bestill skreddarsydde opplegg, eller ta det enkelt. Bryt av møtet med spa, eller koble av med aktiviteter ute ved fjorden eller i skog og hei. Maten er viktig: vel mellom gourmetmeny eller husmannskost basert på lokale råvarer. Les meir på www.ryfylke.com.



Sauda Fjord Hotel - Gode tradisjonar
Tlf. 52 78 12 11 sauda@online.no
www.saudafjordhotel.no



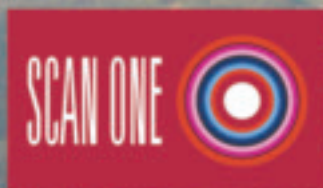
Redne Fjord Cruise - Konferansebåten!
Skagenkaia 18, 4006 Stavanger, Tlf. 51 89 52 70
www.redne.no



Mo Laksegard - Aktivitetar i naturen
4230 Sand, Tlf. 52 79 76 90
www.molaks.no



Spa-hotellet Velvære - Rogalands første spa-hotel
4130 Helmsland, Tlf. 51 75 12 00
www.spahotelletvelvere.no



Scan One - Skreddarsyr konferansen
Pb.7029, 4004 Stavanger, Tlf. 51 85 09 10
www.scanone.no



Ryfylke Fjordferie - Fred, ro og inspirasjon
4139 Fister, Tlf. 51 75 10 10
www.fjordferie.no



Vi finner den løsningen
du er best tjent med.



EUROJURIS
NORGE

projure
Advokatfirma DA

Postboks 127 Sentrum, 4001 Stavanger. Nedre Holmegt. 30.

T: +47 51 85 84 00. F: +47 51 85 84 01. E: stavanger@eurojuris.no www.projure.no

Eiendomsfond i Norden og Baltikum

Etterspørselen etter eiendom er stigende. Internasjonale eiendomsanalyser trekker frem Norden og Baltikum som den regionen som har best utsikter i eiendomsmarkedet i årene som kommer.

Aberdeen Eiendomsfond Norden/Baltikum ASA



Orkla Finans tilbyr nå andeler i dette eiendomsfondet, som er tilrettelagt for å gi en diversifisert eiendomseksposering i Norden, Baltikum og St. Petersburg.



Orkla Finans

API og Orkla Finans er rangert helt på topp.

Vår samarbeidspartner Aberdeen Property Investors (API) ble kåret til beste eiendomsforvalter i 2005 av det anerkjente europeiske finanstidsskriftet Euromoney.

Ta kontakt og be om et møte.

Når du kommer som investor til Orkla Finans, får du én kunde-kontakt som blir din rådgiver, og som gir deg personlig oppfølging.

Du finner oss i 4. etasje i Rolfsen-bygget på Arneageren.

Bjørn Brodal	92 86 66 16	bjorn@orkfin.no
Kjellaug Irene Fiskå	98 85 14 69	kjellaug.fiskaa@orkfin.no
Johan Flaatin	92 28 93 51	johan.flaatin@orkfin.no
Bjørn Chr. Granberg	40 40 22 85	bjorn.granberg@orkfin.no
Ove Svella	92 86 66 14	ove.svella@orkfin.no

BryggeriParken
Næringslokaler til leie

Bryggeriparken består av alle tidligere bygningene til Tou Bryggeri. Vi har tilgjengelig 230 000 kvm næringsareal på en 120 mål stor tomt. Eksisterende bygningsmasse er på 30 000 kvm.



Velkommen som leietaker i Bryggeriparken!

Vi har 2000 kvm kontorer og 5000 kvm butikk/lager i eksisterende bygningsmasse ledig. Videre skal det bygges ca 200 000 kvm hvor gateplan er forbeholdt butikk og utstillingslokaler.



Er du interessert i prosjektet kan du ta en titt på www.bryggeriparken.no eller ta kontakt med Terje Eidsmo på til: 908 28 510 eller sende mail til terje.eidsmo@bryggeriparken.no



Om kunst og kunstsans

Når den offentlige debatt om kunst og kritikk får slike komiske utslag som den med jevne mellomrom får i Stavanger Aftenblad, kan en mulig forklaring være at aktørene ikke har lest Alexander L. Kiellands essay "Kunst og Kunstsans", publisert første gangen som artikkelserie i Stavanger Avis i 1889. Eller at man har lest det, men ikke forstått et pip.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Jan Gjerde

Jan Gjerde, f. 1943 i Stavanger, grafisk formgiver og økonom med lederstillinger i forlag, reklamebyrå, bank, kunstformidling og miljøteknologi. Meningsentreprenør og skribent.

Uten å ha lest så mye som et komma av Pierre Bourdieu eller Lennart Rosenlund, vet Alexander L. Kielland intuitivt at kunstforståelse har med dannelses å gjøre og at dannelses har med kunnskap å gjøre. Antakelig kommer ordet kunst av å kunne, selv om kunst og kunnskap for lengst har skilt lag. Kunnskap er derimot knyttet til muligheten for å lære. Fram til sosialdemokratiets tidsalder var kunnskap knyttet til sosial klasse. I det post-sosialdemokratiske samfunn framstår bærerne av kunnskap i seg selv som en klasse. Som alle klasser har den sine

interesser å forsvare, sine verdier å selge, sitt begrepsapparat å forlange respekt for. Det gjelder også for dem som har kunnskap om kunst. Det er dette fenomenet Kielland avkler i sitt essay. For kunnskapsklassen var akkurat like klassebevisst den gang som i dag. Den gang var det en lett påviselig korrelasjon mellom befolkningens økonomiske kapital og dens kulturelle kapital. Ikke fordi de to variablene i og for seg årsaksmessig hang sammen, men fordi både økonomisk kapital og kulturell kapital ga makt. Derfor opptrådte de sammen som en

undertrykkende kraft i samfunnet. Dette forsto Kielland. Derfor ble han et tragisk offer for sin egen innsikt.

I vår kultur skal kunsten være befriende. Kunstens oppgave, siden deler av den opphørte å være maktens tjenere, har vært å kontinuerlig utvide de frie rom i vår kultur. Dette har skapt en frontlinje i kunsten og i kunstdebatten. Den ble skikkelig tydelig i det første kvartsekel på 1800-tallet og har siden forsterket seg. På den ene side den kunst som bekrefter maktposisjonene, på den annen side den kunst som utfordrer dem. Trond Borgen,

Arve Opdahl, Einar Børresen, Mary Miller, Solveig Grødem Sandelson, Sigrun Hodne og Leif Johan Sevland tilhører alle den samme leir. De går for kunst som bekrefter deres respektive maktposisjoner eller ønsket om slike posisjoner.

Jan Inge Reilstad har helt rett i sine karakteristikk av Trond Borgen og Arve Opdahl. (SA 8. juni 2006) Trond Borgen på sin side treffer hammeren midt i hodet når han gjør felles sak med Reilstad og utroper dem begge til narrer i det samme hoff. (SA 9. juni 2006) Sigrun Hodne avkler dem begge når hun ber dem snakke om saken og ikke om seg selv, (SA 10. juni 2006). Men Sigrun Hodne går selv i baret så støvføyken står: Hun irectsetter kamphanene for at de ikke får fram noe om kunstens samfunnsnytte, og argumenterer for at vi må sette de allerede etablerte institusjonene i stand til å sette kunsten i sentrum. Alternative scener (jeg oppfatter ordet scene i denne sammenhengen som en metafor) er ikke et brukbart svar på Stavangers identitetsproblem, skriver hun. Herregud!

- Trond Borgen, Arve Opdahl, Einar Børresen, Mary Miller, Solveig Grødem Sandelson, Sigrun Hodne og Leif Johan Sevland tilhører alle den samme leir. De går for kunst som bekrefter deres respektive maktposisjoner eller ønsket om slike posisjoner.

Samfunnsnytte? Sentrum? Kunsten skal ikke befinne seg i sentrum. Den skal befinne seg i periferien. Den skal utfordre samfunnet. Og dette er det kun kunstnerne selv som kan makte.

Ingen kunstnere har tatt ordet i denne debatten. Det er naturlig og forståelig. Intellektuell gjørmebryting er ikke deres anliggende.

På ett punkt har kunst-, kultur- og krittikkdebatten i sommer vært positiv: Den har gitt den tilsiktede fornærmelse en fornyelse. Som retorisk virkemiddel er det å sjikanere i betydningen å fornærme i

det offentlige rom nesten borte. Kielland var en mester i faget, selv om han også

- Herregud! Samfunnsnytte? Sentrum? Kunsten skal ikke befinne seg i sentrum. Den skal befinne seg i periferien. Den skal utfordre samfunnet. Og dette er det kun kunstnerne selv som kan makte.

var dyktig til å pakke den inn, Jens Bjørneboe kombinerte det sjikanøse med det perfide på en måte som i vår tid kun har sin parallell i enkelte av Finn Graffs tegninger. For øvrig har Finn Graffs tegninger sitt forbilde i løpesedler utgitt av Martin Luther på begynnelsen av 1500-tallet i hans kamp mot pavedømmet. Aldri senere, kanskje bortsett fra i enkelte av Graffs tegninger, har menneskets tarmtømming vært så onskapsfullt skildret som på den tidens avbildninger av paven mens han benytter sitt hodeplagg som avtrede.

Vi må imidlertid ikke la oss forlede til å tro at sjikanens mål og virkning er den samme i dag som tidligere. I dag er sjikanen først og fremst et salgsfremmende virkemiddel. Når Jan Inge Reilstad la inn temmelig grovkornede personangrep i sin stort oppslåtte artikkel i Aftenbladet, var det i full bevissthet om at uten disse ville artikkelen enten ikke kommet på trykk, eller den ville ha blitt forbigått i taushet. Som den drevne mediespiller han er, viste han hvilke virkemidler som måtte til. Aftenbladet på sin side vil selvfølgelig ikke trette sine lesere med tørre intellektuelle avhandlinger om kunst.

Det er viktig å drøfte hvilken rolle kunsten skal ha i det offentlige rom. Et spørsmål kan være: Hører kunsten i det hele tatt hjemme i det offentlige rom? (Jeg tenker da ikke på utsmykning av byens uterom) Trenger vi kunstkritikk? Eller er kunsten og kunstopplevelse en del av den private sfære? At en stadig større skare av kulturarbeidere, kulturformidlere, debattanter og kronikører med akademisk utdanning, ønsker den i det offentlige rom er i seg selv ikke et gyldig svar. Det kan ha med egeninteres-

ser å gjøre - og det er legitimt - men ikke nødvendigvis korrekt overfor kunsten og dens utøvere.

Ett mulig svar på denne problemstillingen er svært ubehagelig. Et stort flertall av kunstdebattens deltakere og bakpersoner i Stavanger er av den oppfatning at byen trenger et dannelsesprosjekt for å øke befolkningens kulturelle kapital i bredden. Denne messianske omtanke for vanlige folks kunstforståelse er skremmende, fordi den bygger på den kulturelle maktelites egeninteresse. Behovet for og premissene for et slikt prosjekt er udokumentert. For så vidt har de, tilsynelatende, støtte av Alexander L. Kielland når han sier: "Saasnt et Menneske, der slider for det daglige Brød, finder sig en Spiger og slår op et Billede paa sin nøgne Væg, gjør han i samme Øieblink et stort Fremskridt." Men Kiellands anliggende er

- Et stort flertall av kunstdebattens deltakere og bakpersoner i Stavanger er av den oppfatning at byen trenger et dannelsesprosjekt for å øke befolkningens kulturelle kapital i bredden. Denne messianske omtanke for vanlige folks kunstforståelse er skremmende, fordi den bygger på den kulturelle maktelites egeninteresse.

ikke det kulturelle hovmod. Han fortsetter: "Hvor må det ikke knuge ned og sette Manden uendeligt tilbage, naar en extra Sakkyndig, som har været i Udlandet og Paris netop for at lære sligt, naar han siger, at denne fine Dame i blaa Kjole med en rød Pære i hånden er det avskyeligste Skrab, værd til at brændes eller kastes lige paa Mittingen. Han blir ikke sint; men dybt modløs. Og når han saa sidder igjen med sine Skilderier, vil han føle sig plyndret for det lille han eiede udenfor Strævet. Og Manden har Ret. Han er plyndret på den lumpneste Maade".

Fem millioner

evaluering av

Universitetet i Stavanger (UiS) og International Research Institute of Stavanger (IRIS) har ønsket å undersøke om visjonen og målene for Stavanger2008 blir realisert, og hvordan



Tekst: Randi Øglænd

Foto: Markus Johansson/BITMAP

Rolf Norås er nå strategidirektør for Stavanger2008. Han skal sørge for etterbruken, og for at prosjektet organiseres og gjennomføres slik at regionen har glede og nytte av kulturhovedstadsåret også i etterkant. Han forteller:

- Stavanger2008 har hittil gjennomført tre undersøkelser om befolkningens kjennskap til og kunnskap om kulturhovedstadsåret, henholdsvis i 2003, 2004 og 2005. Dette har gitt en god og interessant indikasjon på utviklingen. Mens folk ved første gang forbandt året først og fremst med nytt konserthus og flere festivaler, har det skjedd en klar utvikling både når det gjelder kjennskap og kunnskap. I tillegg vil vi kunne hente ut nyttig kunnskap om kulturhovedstadsårets betydning for antall tilreisende til regionen, besøk på kulturinstitusjoner, mediebesøk og annet.

- Ingen ting av dette er uinteressante opplysninger, og særlig overfor sponsorer, investorer etc. kan det representere viktig dokumentasjon. Men samtidig er dette en begrenset informasjon, i den forstand at den forteller lite om hva som

skjer med de som bor i en kulturhovedstad. Hvordan påvirkes folk og regionen? Blir kunst og kultur en mer sentral del av den generelle politikken. Blir folk mer opptatt av sin identitet og sin historie? Blir kunst og kultur viktigere for folk? Får de nye krav og forventninger? osv.

Derfor har styret for Stavanger2008 besluttet å sette av fem millioner kroner til evaluering av prosjektet, fire millioner til forskningsmessig evaluering og én million til den nevnte befolkningsundersøkelsen, samt til en dokumentarfilm. Stavanger2008 har nemlig inngått en samarbeidsavtale med Hans Eirik Voktor om gjennomføring av en filmdokumentar om hvordan Stavanger2008 realiserer kulturhovedstadens visjoner og verdier.

Fem millioner er mye penger. Hvorfor er det nødvendig med en så omfattende evaluering?

- Evalueringer av tidligere kulturhovedsteder fremhever betydningen av å fremstikke nettopp slik informasjon, forklarer Norås. - Kulturhovedsteder som mangler kvalifisert kunnskap om slike forhold, deriblant Bergen som var én av ni kulturbyer i 2000, erkjenner i ettertid at de har skuslet bort den kanskje viktigste informasjonen om hva en slik status representerer for menneskene som hører til der.

- For å søke svar på slike spørsmål kreves det en langt grundigere evaluering over lengre tid. Stavanger2008 har tiltro til at UiS og IRIS har den nødvendige kompetanse til å forstå forskning rundt disse problemstillingene.

Hilmar Rommetvedt er forskningsleder ved IRIS (International Research Institute of Stavanger) og prosjektleder for forskningsprosjektet om Stavanger2008.

Hvordan vil IRIS og UiS legge opp forskningsprosjektet, spør Rosenkilden?

- Prosjektet vil bestå av en hovedstudie og flere spesialstudier, forteller Rommetvedt. Hovedstudiet vil bli basert på større spørreundersøkelser blant innbyggerne i Stavanger-regionen, før og etter 2008. Der vil vi belyse følgende hovedtema:

- *Hvordan påvirkes innbyggernes holdninger og verdier i forhold til visjonen om en "Open Port" og de verdiene som ligger til grunn for Stavanger2008?*

- *I hvilken grad og på hvilken måte blir innbyggerne involvert i de arrangementene som blir initiert og gjennomført i forbindelse med Stavanger2008?*

- *Hvordan påvirker kulturhovedstadsåret deltakelsen i og holdningene til kulturlivet mer generelt?*

Hva er bakgrunnen for at UiS og IRIS



Strategidirektør for Stavanger2008, Rolf Norås og forskningsleder ved IRIS, Hilmar Rommetvedt snakker om forskningsprosjektet som skal studere Stavanger 2008.

til forskningsmessig Stavanger2008

søkt Stavanger2008 om tilskudd til forskningsmessig evaluering av Stavanger2008. De innbyggerne i Stavanger-regionen involveres i og påvirkes av kulturhovedstadsåret.

Ønsker å foreta en slik studie?

- Stavanger2008 har en meget ambisiøs visjon som retter seg mot kulturell utvikling i to betydninger:

1) Når det gjelder kultur i mer avgrenset forstand, er målet å utvikle og gjennomføre ulike kunst- og kulturarrangementer, og å involvere flest mulig i disse.

2) Når det gjelder kultur i en videre forstand, er målet å påvirke holdninger, ideer og verdier som for eksempel toleranse, ytringsfrihet, gjestfrihet, nyskaping og kvalitet i bestemte retninger.

Spørreundersøkelsene vil kartlegge og analysere så vel deltagelsen i kulturarrangementene som utvikling av holdninger og verdier.

Dette er et svært interessant forskningsfelt, der vi har et ganske unikt utgangspunkt i undersøkelsene av den kulturelle utviklingen i området som ble gjennomført både på 1990-tallet og på 1970-tallet.

Hva med forholdet kultur – næringsliv, vil det bli en del av undersøkelsen?

- Stavanger2008 har ytret et ønske om at også denne dimensjonen skal inkluderes i forskningsprosjektet, svarer Hilmar Rommetvedt. - Dessverre er ikke fire millioner tilstrekkelig til en skikkelig studie av dette feltet. Dette er imidlertid et svært

interessant forskningsfelt, og vi forsøker nå å få til et eget prosjekt i samarbeid med næringslivet og andre finansieringskilder. En samordning av et slikt prosjekt og den forskningsmessige oppfølgingen av Stavanger2008 vil kunne gi interessante synergieffekter. Det er ulike teorier om hvordan kulturelle holdninger og verdier henger sammen med holdningene til innovasjon og næringsutvikling. Vi vil gjerne få undersøkt hvordan dette faktiske forholdet seg, avslutter Rommetvedt.

- Stavanger2008 skulle svært gjerne sett nærmere på forholdet kultur og næringsliv, sier Rolf Norås til Rosenkilden. - Vi ser at begreper som kulturinkubator, kulturbasert næringsliv, underholdningsindustrien osv. blir stadig viktigere. Den svenske professoren Göran Cars har vist at vi har beveget oss fra et samfunn der folk flytter dit jobbene er, til et samfunn hvor bedriftene flytter til de interessante byene. Nettopp derfor vil det være viktig at også næringslivets representanter inngår i evalueringen av befolkningens holdninger og verdier om kulturhovedstadens visjoner.

- Samtidig innser vi at de økonomiske rammene gjør at vi må foreta et utvalg og en begrensning mht hva vi vil evaluere og studere. Derfor har vi insistert på at det skal etableres et fagpanel (referanse-

gruppe) bestående av topp nordiske kulturforskere, som blant annet skal bidra med å vurdere hvilke spesialstudier og emner som skal prioriteres. For oss er det blant annet viktig at evalueringen gis en europeisk/internasjonal dimensjon. Det er en europeisk kulturhovedstad som skal evalueres, og dette må også gjenspeiles i perspektivhorisonten. Først da blir resultatene interessante også for et europeisk publikum.

Hvordan vil forskningsprosjektet bli brukt?

- De som styrer regionen vår, politikerne, vil gjennom denne evalueringen gis nyttig informasjon og dokumentasjon i forbindelse med nye strategiplaner for regionen, sier Norås. Derfor vil dette være en god investering for fremtiden.



Cold Water Species

Magnus Skretting fra Marine Harvest tok godt imot gruppen med realfaglærere fra forskjellige land i Europa. Han fortalte om oppdrettsbransjen nasjonalt og globalt, før han kom inn på oppdrett og produksjon av kveite og torsk.

Lærerne var veldig opptatt av miljømessige forhold i fjorden der oppdrettsanleggene er lokalisert. Prøvetaking viser at miljøet på sjøbunnen er like godt etter at anlegg er etablert.

I tillegg til orientering om bransjen fikk gruppen omvisning i prosessanlegget for torsk og kveite, og tur ut til oppdrettsanlegg for kveite.

Det er Einar Biørn-Hansen, realfaglærer ved Stavanger Katedralskole som er ansvarlig for seminaret lærerne deltok på. De besøkte også anlegget for hummeroppdrett på Kvitsøy.

Fagforum for Mat og Drikke bistod Biørn-Hansen i å tilrettelegge besøket på Hjelmeland. Dette samarbeidet vil nå videreføres. Realfagelever fra Kongsgård skal få bedre innsikt i matbransjen i Rogaland, gjennom tettere samarbeid med lokalt næringsliv.

Fra www.matfylket.no



Vil du videre?

Dette er en mulighet for deg som har erfaring og vil kombinere jobb og utdanning.



Universitetet
i Stavanger

Mastergradskurs i «Identitet, samfunnskommunikasjon og salg» (20 studiepoeng)

Kurset tar opp virkemidler som kan sikre virksomhetens identitet, integritet og langsiktige omdømme.

Muligheter for påbygging til mastergrad i Serviceledelse,
– en erfaringsbasert 90 studiepoengs mastergrad (Master of Service Management).

Oppstart 27. november 2006.

Ordinær opptaksfrist: 1. oktober 2006 (løpende opptak)

Se <http://fleks.uis.no> for informasjon om studieplan, undervisningstidspunkter, opptakskrav, pris, kontaktperson, etc.

Futuristen John Naisbitt kommer til AquaVision 2006

AquaVision-konferansen 2006 finner sted 26.-27. september. Årets AquaVision er den sjette i rekken. Annet hvert år siden 1996 har ledere fra oppdretts- og sjømatbransjen satt hverandre stevne i Stavanger.

Tittelen "Strategies for sustainable aquaculture" røper mye om innholdet. På AquaVision-konferansen samles en industri som er i kraftig vekst – og som erkjenner at dette krever både strategier og løsninger som ivaretar bærekraft.

Den verdenskjente økonomen, forfatteren og futuristen John Naisbitt er en av de viktigste foredragsholderne på årets AquaVision-konferanse. Fem dager etter sitt besøk i Stavanger skal hans nye bok lanse-res i New York – og forsøke å følge opp mega-suksessen "Megatrends 2000".

Foredraget er i samarbeid med Næringsforeningen i Stavanger-regionen.

For mer informasjon se www.blueplanet.no



Nytt fra Matfylket

Planlegger du en konferanse?

Kombiner det faglige med det sosiale og lønnsomme. Om bord i Prinsesse Ragnhild som trafikkerer strekningen Bergen/Stavanger - Hirtshals, er alt lagt til rette for at du skal få mest mulig utbytte av konferansen. Her finner du alt fra velutstyrte plenumsaler for større konferanser til mindre grupperom. Vår konferansevert står til tjeneste under hele arrangementet. Salgsavdelingen i land hjelper til med å skreddersy et program som passer gruppen.

Ta kontakt med en av våre salgskonsulenter for et godt tilbud og mer informasjon.



Liv Eriksen
tlf. 52 90 18 30 • mobil 90 71 90 90
liv.karen.eriksen@colorline.no



Asle Githmark
tlf. 52 90 18 31 • mobil 99 15 31 05
asle.m.githmark@colorline.no



www.colorline.no

Opplev sjøen,
glem alt annet



Ny arbeidskraft til Rogaland – trivsel og integrasjon

Næringsforeningen i Stavanger-regionen åpner nå et nytt Expat Service Senter. Senteret skal i første rekke legge forholdene til rette for nye arbeidstakere og deres familier som kommer til regionen.

Tekst: Inger Tone Ødegaard
Foto: Kim Laland/BITMAP

ENDRET STRUKTUR I ARBEIDSLIVET

Næringslivet i Rogaland har et stort behov for nytt personell. Stavanger-regionen Næringsutvikling har i samarbeid med Næringsforeningen i Stavanger-regionen, fylkeskommunen og næringslivet i Rogaland en rekrutteringskampanje gående for å profilere Rogaland som en attraktiv arbeidsplass. Næringslivet i Rogaland blir også i økende grad internasjonalt. Flere bedrifter rekrutterer personell fra utlandet, samtidig som et økende antall bedrifter etablerer virksomhet utenfor Norge. Mange norske studenter foretrekker å studere i et internasjonalt miljø, samtidig som UiS får flere kandidater fra andre land.

Når det er stor rift om arbeidstakere og studenter i et internasjonalt marked, må vi se på elementer som kan bidra til økende trivsel og rask integrasjon. Regionen og det lokale næringsliv må legge til rette for å ta godt i mot ny arbeidskraft, og skape arenaer for nettverksbygging. Ikke minst er det viktig å se hva som kan gjøres for å tilby to karrierer. Det er mindre fristende for en ingeniør å takke ja til et oppdrag i Rogaland hvis ledsageren har en god jobb der de bor, og ikke får mulighet til å opprettholde karrieren i Norge.

"NY I ROGALAND"

I rekrutteringskampanjen settes det sterkt søkelys på hvorfor Rogaland er et attraktivt fylke å bo og arbeide. Regionen har mye å by på, og det er derfor viktig at de som flytter hit, opplever en god start.

Næringsforeningen i Stavanger-regionen samarbeider om rekrutteringskampanjen, og som et ledd i dette arbeidet åpner Næringsforeningen nå et nytt Expat Service Senter, først og fremst for de som er nye i Rogaland, og for ansatte i Rogalands-bedrifter som skal utstasjoneres i andre land. Service-senteret vil holde til i 1.etg. i Rosenkildehuset. og tilby ulike kurs, månedlig nyhetsskriv, nettverkssamlinger, sosiale samlinger m.m. Bedriftene kan kjøpe kursplasser til sine nye medarbeidere og et abonnement til å delta i faglige og sosiale arrangement.

Kursene (1/2 dag eller 1/1 dag) vil ha fokus på geografi, historie, norsk arbeidsliv, medier, trafikk, forsikring, bank, dagligliv med handel, og naturlig nok tilby en porsjon natur og kultur. I løpet av høsten 2006 vil det bli sosiale og faglige nettverkssamlinger med lokale foredragsholdere innen emner som natur, skatt, internasjonale nettverk, norske mattradisjoner, norsk litteratur, glattkjøringskurs m.m. I tillegg blir det egne kurs og samlinger for ledsagere som ønsker å søke seg ut i norsk arbeidsliv.

Næringsforeningen vil også tilrettelegge for muligheten til å hospitere slik at flere

får erfaring fra norsk arbeidsliv, og raske kan søke lønnet arbeid. Hensikten er å gjøre den enkelte i stand til så enkelt som mulig å finne mer informasjon.

SAMARBEID TIL BESTE FOR REGIONEN

Internasjonal arbeidskraft er ingen nyhet i Rogaland. Siden oljevirkosomhetens spede begynnelse på 60-tallet har regionen kunne nyte godt av arbeidstakere og ekspertise fra andre nasjoner. Stavanger har gode internasjonale skoler, det eksisterer ledsagerforeninger på flere språk, og distriktet har eget relocation firma som bistår i arbeidet med å finne bosted og hjelpe med flytting.

Mange vet ikke hva som finnes av tilbud i markedet, og som ny i området "leter man i blinde".

For at vi skal fremstå som en foregangsregion i tilrettelegging for "nasjonal og internasjonal arbeidskraft", er det viktig at alle parter samarbeider. Næringsforeningen vil derfor invitere HR-personell i medlemsbedriftene, AETAT, rekrutteringsbransjen, internasjonale skoler, Relocation, frivillige organisasjoner og leverandører av ulike tjenester som språk, trafikk m.m., til et spennende samarbeid.

Ta kontakt. Det skal være enkelt, trygt og hyggelig å flytte til Rogaland.

Næringsforeningen i Stavanger-regionen,

Kontaktperson: Inger Tone Ødegård.

Kurs og konferanselokaler: Rosenkildehuset, Nedre Strandgt. 11 A, **Telefon:** 51 51 08 83.

E-post: expatcenter@stavanger-chamber.no.

web: www.stavanger-chamber.no.

Vi tilbyr:

- Kurs/ veiledning
- Månedlige nyhetsbrev på engelsk
- Nettverksarena for faglige og sosiale arrangement
- Servicetelefon



Trafikksikkerhet og hverdagsliv er viktige elementer for nye arbeidstakere med familier som flytter til regionen, Inger Tone Ødegård (bildet) er ansatt som leder av Næringsforeningens nye Expat Service Senter.

Har Viking mistet identiteten?

Kommunikasjon er en vanskelig idrettsgren. Spesielt vi nordmenn har et problematisk forhold til dette med å starte, utvikle og vedlikeholde en samtale som har et noenlunde vettugt innhold. Alle som har opplevd et middagsselskap med deltakere som ikke er venner for livet, vet hva vi skriver om. Det blir lett tale om været, hytta, hvor mange barn og så videre, og periodevis øredøvende taushet i kjølvannet av de innledende frasene. Men det finnes emner som kan bryter is og knytte bånd: Fotball.



Tekst: Egil Rugland

Flere næringslivsledere har betrodd oss at i mangel av de rette innledende fraser foran viktige møter som kan resultere i millionkontrakter, hjelper det å få i gang en samtale om denne idrettsgrenen som utspiller seg på den grønne gressmatten, og som er befolket med 22 spillere og tre dommere.

- Brann vant i går, er en innledningsreplik som selvsagt får bergensere til å la snakketøyet gå raskere enn normalt.

- Ja, Viking vant også, kan vi her fra regionen svare, og så er samtalen i gang (selv om dette med Viking-seiere ikke er dagligdags for tiden).

IDENTITETSBÆRER

Med andre ord: Et fotball-lag er en identitetsbærer for en region. Et samlende regionalt symbol som har en suveren uttelling i media. Treffene på Viking i en mediasammenheng er sannsynligvis flere enn på oljevirksomheten i regionen, og oppsummerer på en overveldende måte at regionen i en større nasjonal sammen-

heng er kjent for to ting: Viking og olje.

Oljen har selvsagt størst økonomisk betydning for regionen, men i en kulturell og identitetsbærende sammenheng betyr Viking mye, for å si det forsiktig. Viking er og blir et samtaleemne, uavhengig av alder og stilling. I såkalte gamle dager ble det hevdet at produksjonen på Rosenberg var høyere enn normalt på en mandag etter en Viking-seier.

PROFESJONALISERT

Nå har fotballen som vi alle vet blitt profesjonalisert. En eventuell Viking-suksess på praktstadionet i Jåttåvågen er helt avhengig av økonomisk styrke. Klubben med det beste økonomiske fundamentet vil vinne serien. Det finnes unntak, men de er sjeldne. Det er nok å vise til Rosenborgs suverene posisjon i norsk fotball gjennom de siste 15 årene.

Resultatet av økonomisk handlefrihet i klubbene er at de til enhver tid kan sikre seg de beste spillerne, og de beste spillerne finnes som kjent for tiden ikke utelukkende i Norge. Norsk fotball er ikke bare blitt profesjonalisert, men også internasjonalisert.

Derfor er dagens Viking-utgave en blanding av lokale, nasjonale og internasjonale spillere. Denne blandingen har i

de siste årene ikke gitt kvalitetsmessig uttelling, og Viking pr i dag må gjennom en høstsesong med et mål for øyet: Å sikre ny kontrakt i Tippeligaen. Dette til en smule fortvilelse for publikum som i år, selv med manglende sportslige resultater, sitter ringside og fyller stadion.

Så betyr det kanskje ikke noe for den regionale folkesjelen at spillernes språk ikke er felles? På en Viking-trening i Jåttåvågen høres i dag noen få regionale dialekter, som stavangersk, egersundsk og haugesundsk, sammen med andre norske, svenske, danske, sør-afrikanske og nigerianske språkvarianter.

SPRÅKBLANDING

Det er logisk at denne språkblendingen gjør kommunikasjon og dialog spillerne i mellom vanskeligere enn om alle var norske. Internasjonaliseringen innebærer også kulturforskjeller spillerne i mellom. Det er helt naturlig. Har dette så betydning for resultatene på banen? Har det betydning for vår oppfatning av Viking som et regionalt lag? Vi vet ikke helt. Alt er avhengig også av spillernes personlighet, og om trivsel kan skapes uavhengig av kulturbakgrunn. Men språklig og kulturelt fellesskap betyr kanskje mer enn vi tror for prestasjonen på banen.



Seriemester for første gang i 1958, med spillere fra regionen. Foran fra venstre: Kåre Bjørnsen, Jan Ørke, Sverre Andersen, Leif Nicolaysen, Sigurd Vold. Bak: Håkon Kindervaag, Rolf Bjørnsen, Åsbjørn Skjærpe, Edgar Falch, Otto Hermansen og Hans Andersen. Foto fra boken Idrettslaget Vikings historie 1899 - 1963.

Har noe gått tapt på veien mot profesjonalisering og internasjonalisering av fotballen? Har Viking mistet identiteten? Hvorfor skal vi innfinne oss på stadion for å se på at utenlandske middelmådige spillere danker ut lovende lokale spillere?



Norgesmester 1959, fortsatt med lokale spillere. Foran fra venstre: Kåre Bjørnsen, Otto Hermansen, Sverre Andersen, Leif Nicolaysen, Sigurd Vold. Bak: Rolf Bjørnsen, Olav Nilsen, Åsbjørn Skjærpe, Edgar Falch, Gustav Hult og Hans Andresen. Foto fra boken Idrettslaget Vikings historie 1899 - 1963.

Nå har mange av oss en forkjærlighet for gamle dager. I fotbollsammenheng for eksempel. I 1970-årene, Vikings desiderte storhetstid, da de hadde en ledende posisjon i landet som kan sammenlignes med Rosenborgs ledende stilling i dag. Majoriteten av spillerne var lokale. Det var spillere fra Roaldsøy, Randaberg, Hinna, Hillevåg, Sola, Tananger, Midjord og Tasta, stort sett. Vi snakket om Olav, Annasen, Sigbjørn, Kvien og Hans Edgar, bare for å nevne noen.

Viking var fokusert til og med i riksmeldene. Det vrimlet av profiler, men de var profiler i kraft av kvalitetsprestasjonene på banen. I dag skrives det etter Viking-profiler. Men det er selvsagt umulig å skape profiler før det blir skapt fotballspillere på høyt nivå.

Har noe gått tapt på veien mot profesjonalisering og internasjonalisering av fotballen? Har Viking mistet identiteten? Hvorfor skal vi innfinne oss på stadion for å se på at utenlandske middelmådige spillere danker ut lovende lokale spillere?

Det er klart at det er et dilemma og en avveining når det gjelder valg av spillere. Keeperduellen i dagens Viking er ganske symbolsk for dagens situasjon. 21-årige Iven Austbø fra Randaberg ble førstevalg etter at franske Anthony Basso foretrakk innbyttertilværelse i Auxerre. Hva skjedde? Vikings svenske trener hentet inn 32 år gamle Matthias Asper fra Malmø. En klubb som Tom Prahl nylig trente med Asper som førstekeeper. Alt tyder på at Asper blir førstekeeper, mens Austbø, som nylig har inngått langtidskontrakt, blir sittende lenge på benken.

ENGLAND

På den annen side nytter det ikke å drømme seg tilbake til fortiden og lokal dominans. Forflytter vi oss til England, ser vi der samme utvikling. Arsenal har i dag et lag som i dagens førsteoppstilling ikke har en eneste brite på laget. Men svikter tilskuerne av den grunn? Tvert imot. Arsenal har bygget nytt stadion med nær doblet publikumskapasitet, og alle plassene er utsolgt i år. Og den store helten er franskmannen Thierry Henry, sammen med den franske manageren Arsene Wenger.

Forhåpentlig beholder Viking plassen i Tippeligaen, med eller uten lokale spillere.

Kultur og næring i minikommunen

I Norges minste kommune (i flatemål) er det sterke bånd mellom natur, næring og kultur. Øysamfunnet med 525 innbyggere har mye å være stolte av. Foruten entreprenørene som utvikler oppdrettsanlegg for hummer og bølgekraftverk i verdensklasse kan kommunen skilte med ett vel av kor, foreninger og idrettslag.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: Arild Steffensens

- Det finnes to eksklusive og særegne kommuner i vår region; Stavanger og Kvitsøy, slår rådmannen på Kvitsøy, Andreas Polster, fast med et smil. Han viser til idylliske Leiasundet hvor det bygges og restaureres hus langs sjøkanten og "hovedstaden" Ydstebø med galleri, museum, butikker og til og med en gatekafee. - Og så har vi det beste været med mest sol i regionen, sier Polster. Kvitsøy består av 365 øyer og holmer. Nærheten til havet har definitivt formet øykulturen. På en høyde i Ydstebø har losene speidet etter skip gjennom generasjoner. På 1700-tallet kom vippefyret, som de i dag har laget modell av. I 1829 kom det elektriske fyret som i dag er en turistattraksjon i seg selv. Rett bak fyret finner du den nye skiferbelagte Trafikksentralen. Her overvåkes båttrafikken fra Bømlafjorden i nord til Jærens Rev i sør. Sentralen som i tillegg fungerer som losformidling, er tegnet av Jarmund/Vignæs AS arkitekter og stod klart i 2001. Det er i dag ett av kommunens mest markante bygg. - Vi er stolte av det flotte bygget og de dyktige folkene som jobber her. Dessuten er det flott at det er

bygget med et utsiktspunkt som alle kan besøke, sier Polster.

KVITSØYLAM

Polster er svært tilfreds med næringsaktiviteten på Kvitsøy. Havbrukskulturen står fremdeles sterkt. Flere av innbyggerne lever av hummer, reke og krabbe-fiske. Jordbruk var også en viktig næringsvei på Kvitsøy. Det fortelles at i den tiden det fantes mange lokale slaktere i Stavanger, stod de klar da båtene la til kai med slakt for å sikre seg lammene fra Kvitsøy. I dag er Kvitsøylam et eget merkeprodukt. Strengt kriterier og et tett samarbeid mellom ti bønder, Gilde og Helgø Matsenter har gjort kvalitetsproduktet til en suksess.

- Kvitsøylam har en særegen smak. En diett bestående av tang, tare og saltvann gjør kjøttet friskt, salt og mørt, forteller Andreas Polster.

TO VERDENSNYHETER

Forruten de tradisjonelle næringer som havbruk og landbruk, finnes det en trevarefabrikk, båtbyggeri, en pakningsbedrift knyttet til oljeindustrien, gallerier, byggmestre, maskinentreprenører og Norges kanskje minste bank. Ser vi noen år frem i tid vil det trolig være flere arbeidsplasser knyttet til bølgekraft og hummeroppdrett

- Arbeidet med å utvikle et bølgekraft-

verk og et oppdrettsanlegg for hummer har internasjonale dimensjoner. EU bevilget nylig 10 millioner til bølgekraftprosjektet. Mange har forsøkt å lage lignende bølgekraftverk, men Kvitsøy-prosjektet har både vi og EU stor tro på, sier en stolt rådmann.

Oppdrettsanlegg for hummer er det også flere aktører i inn- og utland som har forsøkt seg på. Etter mange år med intensiv forskningsaktivitet har tre menn på Kvitsøy gått sammen om å bygge et oppdrettsanlegg som skal romme 100.000 små hummer som klekkes på Kvitsøy. - Klarer de å bevise at det er mulig å drive oppdrett av hummer, så kan de selge konseptet verden over, mener Polster.

LIVSKVALITET

Rådmannen håper kommunen klarer å beholde og utvikle det eksisterende næringslivet. - Vi blir selvsagt glade om flere vil komme hit, men det må være en type næringsliv som passer inn i både naturen og kulturen, forteller Polster. Han vil gjerne ha flere innbyggere også, og tror det ideelle antall innbyggere vil være rundt 650. - Kvitsøy har mye å by på. Sjøen, naturen, roen og idyllen er selvsagt en ting, men vi har også full barnehagedekning, sykehjemsplass på dagen og rimelige tomter for unge familier. I tillegg er det betryggende å vite at vi har



Nærheten til havet har definitivt formet øykulturen. På en høyde i Ydstebø har losene speidet etter skip gjennom generasjoner. Rett bak det elektriske fyret finner du den nye skiferbelagte Trafikksentralen, tegnet av Jarmund/ Vigsnæs AS arkitekter. Her overvåkes båttrafikken fra Bømlafjorden i nord til Jærens Rev i sør, forteller rådmann Andreas Polster

ambulanse, brannstasjon, lege og fysioterapeut her, forklarer Polster.

Det mangler heller ikke på kulturelle aktiviteter. I den gamle fyrvokterboligen har de fått bibliotek og selskapslokaler. Kystgalleriet har stadig utstillinger, og i det gamle hummerforskningscentret er de i full gang med å utvide hummermuseet. Ved siden av fotballbanen og skytebanen planlegges det ny aktivitetshall. – Vi arrangerte nylig Kvitsøydagene. Det er et årlig arrangement med konserter, teater og dans. Også i år var det tusenvis av besøkende, forteller Andreas Polster.

FERJER OG FASTLANDS-FORBINDELSE

– Bor du på en øy er kommunikasjonen en utfordring. Ferjen er livsviktig for innbyggere og næringslivet i kommunen, forteller rådmannen.

Kommunen har mange ganger kjempet for å beholde de nåværende avgangene til og fra Mekjarvik. Rådmannen legger ikke skjul på at det er en viktig politisk sak. – Ordfører Ole Olsen med flere har gjort en kjempejobb for å bevare ferjeavgangene.

Med Rogfast blir situasjonen trolig en annen for øykommunen. Kvitsøy skal

nemlig få en arm fra den undersjøiske tunnelen mellom Bokn (Arsvågen) i nord og Randaberg (Mekjarvik) i sør. – All kysttrafikken skal en dag gjennom Kvitsøy. Det vil endre samfunnet på godt og vondt. Det er selvsagt svært positivt for næringslivet, men det gir oss utfordringer knyttet til infrastrukturen. I dag er vi slettet ikke rede til å ta imot all trafikken på de smale veiene våre. Det ligger en stor planleggingsjobb foran oss, sier en forventningsfull rådmann.



MICROSOFT DYNAMICS CRM 3.0

Microsoft Dynamics 3.0 er en komplett CRM-løsning som gir deg alle verktøyene og mulighetene du trenger for å danne deg et tydelig bilde av dine kunder. Med moduler for salg, markedsføring og kundeservice, gir Microsoft CRM deg en rask, fleksibel og rimelig løsning som sørger for konsistente og målbare forbedringer i alle forretningsprosesser, gir deg tettere relasjoner med kundene og hjelper ditt selskap med å oppnå økt lønnsomhet.

FOR MER INFORMASJON KONTAKT TROND IDEN TLF: 481 03 422
www.hands.no

HANDS™ 
Integrator of Business Solutions



Din lokale ekspert innen WebSphere og Domino teknologi



DK Digital leverer skreddersydde løsninger innen intranett- og internett portaler ved bruk av standard programvare. Kontakt oss for å få eksperthjelp innen oppgraderinger, utvikling og integrasjonstjenester.



IBM Lotus software

IBM WebSphere software

post@dkdigital.no telefon: 51 85 84 60 www.dkdigital.no



Falck Nutec

HMS-opplæring for ledere - et lovpålagt krav. Men hva betyr dette i praksis?

Gjennom Falck Nutec sitt todagers kurs vil du få kunnskap om myndighetens forventninger til HMS – ledelse i bedriftene.

Her vil du få vite mer om rammebetingelser for HMS- ledelse, forbedringsarbeid og lovgivning. I tillegg gir kurset kunnskap om HMS- kultur.

Med økt kunnskap om HMS- ledelse vil ressursbruken i bedriften effektiviseres.

For mer informasjon: www.Falcknutec.no eller kontakt oss på tlf. 55 94 20 93

HELGÅLEIREN

– stedet som setter fart på
fantasi og livslust



På Ogna, helt sør på Jæren, finner du et unikt opplevelsestilbud.
I vakre naturomgivelser ved Helgåvannet ligger Helgåleiren
og frister med masse spennende aktiviteter og fasiliteter
som tilfredsstiller de fleste behov.

Noen av de konseptene du kan plukke ifra:

- *Teambuilding*
- *Aktivitetssløype*
- *Fiskefestival*
- *Spøkelseaften*
- *Strand festen*
- *Ogna ekspedisjonen*
- *Selskapslokale*
- *Kurs og konferanse*
- *Familiearrangement*
- *Julebord*
- *Julefest for barn*
- *Blåturer*
- *Ogna Lekene*

Selv om mange tilbud allerede er
tilrettelagt, vil det alltid være skredder-
søm som skal prege våre arrangement for den
enkelte kunde. Som en kreativ samarbeidspartner
skal vi skape begeistring hos våre kunder.

**La oss bli din leverandør
til ditt
arrangement !**

HELGÅLEIREN

Tlf : 51 43 82 20 /

916 08 184

www.helgaaleiren.no





Visjoner og illusjoner

Skal bedrifter jobbe med visjoner? Ja, selvfølgelig skal de det. Er visjonsarbeidet blitt et hysteri? Nei, og det er litt synd. Er en del visjonsarbeid illusjonsarbeid? Ja, dessverre. Kan det gjøres skikkelig? Ja, selvfølgelig.



Tekst: : Endre Lima Løvås, leder
Right Management, Philadelphia
Foto: Fotobase/BITMAP

Etter et av mine foredrag om 'Visjoner i Organisasjoner' kom en tysk deltaker opp til meg i pausen og sa: "You know, Mr. Lovas, if you have a vision in Germany, you should see a doctor!". Begrepet visjon gir løft og energi for noen, et stort gjesp for andre og frysninger for enkelte.

Arbeid med visjoner i forretningslivet har vært populært og omfattende de siste 15 årene. Mye er skrevet og mye er sagt, men som Audun Skartveit sa til meg en gang: "Når alt er sagt og alt er gjort, er det mer som er sagt enn gjort!". I dag er det vel knapt et globalt konsern, en midtels norsk bedrift, et helseforetak, et politisk parti eller en sportsklubb som ikke har en visjon, gjerne støttet av verdier. Det er vel alene et bevis på visjonens betydning i organisasjonslivet? Eller er det blitt en hygienefaktor? Eller simpelthen en illusjon eller livsløgn?

Nylig ble det liv i denne debatten etter at Lars Klemsdal, forsker ved Arbeidsforskningsinstituttet, klemte til med en kritikk av hysteriet rundt visjonsarbeid. Det var ikke så kontroversielt som hans kritikk av reklamebransjens inntak i visjonsarbeidet. Det fikk Steen Jensen opp på bordet igjen!

Jeg påstår at det er synd at visjonsarbeid ikke er blitt hysteri. Der støtter jeg meg til idéhistorikeren Hilde Bondeviks poeng om at 'hysteri' er en metafor for kvinnelighet. Det kunne godt vært mer kvinnelighet i visjonsarbeidet! Jeg må stå for min egen definisjon av kvinnelighet i denne sammenheng: mer involvering og mer langsiktighet.

Hvor går det galt? En faktor er mange lederes aksjonslyst, eller "kryss av"-mentalitet. Da kan visjonsarbeidet bli en aktivitet som man får gjort, krysser av og så går videre til neste aktivitet. Skal

visjonsarbeid ha en effekt må det jobbes langsiktig og med sterk involvering av de som skal leve ut visjonen.

En visjon er et bilde av hvor bedriften er i et tidsperspektiv. Før sa vi at dette kunne være 5 – 10 år frem, men i dag er det helt avhengig av bransje og hvor bedriften er i sin utvikling. En visjon er ubalanse mellom dagens virkelighet og ønskene våre. Den kan illustreres med å holde en strikk mellom to hender. Det skal være kraft nok til å stramme strikken, men ikke slik at den ryker. Et annet vanlig problem med visjonsarbeid er visjonens avstand fra virkeligheten. Jo lengre vekke fra dagens realitet, jo større sjanse for å miste folks oppmerksomhet. Er visjonen derimot for nær dagens realitet, blir den slapp og intetsigende. Sir John Browne, toppsjefen i BP, ble utfordret av journalister da de presenterte sin "Beyond Petroleum"-visjon: "Dette stemmer da ikke med BP"! – "Nei, det er en visjon", svarte Sir Browne. Dette ble oppfattet som arrogant, men jeg har sansen for utsagnet. BP er i en bransje der langsiktighet er nødvendig og mulig, og derfor er en visjon som er langsiktig meningsfull for dem.

Right Management opererer med tre nødvendige faser i visjonsarbeidet: Definere, Deklarere og Demonstrere.

Definere: Her skal visjonen skapes, og jeg har stor sans for en visjon som ikke bare er skapt av toppledelsen, men som er skapt av et bredt utvalg av ansatte med kritisk kompetanse. Det øker sjansen for at visjonen er relevant og passe realistisk, og øker også sjansen for at den senere blir demonstrert og implementert.

Deklarere: Visjonen må kommuniseres på en måte som skaper eierskap. Det er lett å forstå at det investeres i kommunikasjon i en verden der vi overflømmes av budskaper. Men denne fasen må ikke ta overhånd eller bli for viktig i seg selv. Noen faller nok for fristelsen til å investere mye i denne fasen og mindre i de to andre. Da blir det opp som en bjørn og

ned som en skinnfell. Dette var noe av kjernen i Klemsdals kritikk, og på det punktet er jeg enig.

Kommunikasjonen må eies og levende-gjøres av toppledelsen, og gjenskapes og eies av alle ansatte. Et berømt eksempel er president Kennedys visjon "An American on the moon". Han gikk en gang bort til en rengjøringshjelp på NASA og spurte hva hun gjorde. Hun svarte trefende: "Jeg er her for å få en amerikaner på månen"!

Demonstrere: Den vanskeligste fasen av alle! Alt man gjør skal bidra til å virkeliggjøre visjonen. Aktiviteter som ikke bidrar, skal stoppes. Kynisme i bedrifter er ofte et resultat av for mange løfter og for lite handling. "Jeg hører ikke hva du sier fordi dine handlinger taler så høyt" blir dermed en blokkering for fremdrift. Denne fasen krever store ressurser og utholdenhet.

Tilbake til bildet med strikken mellom to hender. Holder man strikken mellom hendene, vil man kjenne to krefter. En kraft som løfter den nederste hånden opp mot den øverste (i retning av visjonen), men også en kraft som trekker den øverste hånden ned: ned mot dagens realitet. En vanlig feil er at den siste kraften vinner. En fryktelig feil er at man da lager nye visjoner i stedet for å gjøre noe med den man har. Det skaper også kynisme.

Jeg håper debatten om visjonsarbeid i organisasjoner fortsetter. Uten visjoner, drømmer og idealer dør vi. Visjoner uten aksjoner er bortkastet tid. Visjoner som løfter organisasjoner videre, er en utrolig kraft. Alle som har opplevd å være med på et slikt løft, vil være med på det igjen!

Endre leder Right's to forretningsområder globalt fra hovedkontoret i Philadelphia. Var tidligere adm. dir. for Right i Norge. Har omfattende erfaring med å utforme og implementere integrerte organisasjonsprosesser og systemer i egne organisasjoner og som konsulent. Har spesialisert seg på kulturendringer, endringsledelse og ledelsesutvikling. Han har bistått mange selskaper med sammenstillinger, overtakelser og integrert lederskap. Utdannelse: Psy.D.



Konserthuset – et regionalt konkurransefortrinn...

Næringsforeningen har det siste tiåret arbeidet ut fra den klare oppfatningen at Stavanger og regionens "innhold" vil være ett av våre sterkeste konkurransefortrinn i kampen om de gode hoder og de flittige hender.



Tekst: Jostein Soland
Foto: Medplan AS Arkitekter

Erkjennelsen bygger på den enkle oppfatningen av at kampen om humankapitalen vil invitere til tøffe tak i et land der tilgangen til tradisjonell kapital synes å

være langt lettere. Trivsel og livskvalitet ligger som de helt sentrale forutsetninger for å realisere Næringsforeningens visjon om å bli best i landet på økonomisk verdiskapning.

Med dette utgangspunktet spør Rosenkilden Tore Lærdal, konsernsjef i Laerdal Medical AS om hvilke konkurransefortrinn regionen kan oppvise?

- Stavanger-regionen tilbyr i sum livskvaliteter som vi lærer å sette stadig mer pris på etter hvert som vi får anledning til å oppleve andre deler av verden.

Repliserer Tore Lærdal. - Et fredelig hjørne i forhold til naturkatastrofer, terror-trusler og endeløse trafikk-køer. Like fullt en internasjonal by med et imponerende mangfold og kulturtilbud småbystørrelsen tatt i betraktning.



Moodell av nytt konserthus i Bjergsted. Arkitekter er Medplan AS Arkitekter. Tore Lærdahl fra Lærdal Medical AS mener at det nye konserthuset er et viktig løft for hele regionen som fortjener næringslivets støtte.

Hvordan opplever ditt meget internasjonale kontaktnett vårt nærrområde?

- Dette ble på ny opplevelsen da 2.200 akuttmedisinere fra hele verden nylig inn- tok byen under en stor internasjonal kongress, fortsetter Lærdal. Den samstemte tilbakemelding var at gjestene opplevde Stavanger som en varm vertsby, med en merkbart "Open Port", på samme måte som når ellers vel bereiste og noe blaser- te gjester i sin tid kom til kompakte Lillehammer OL. Våre gjester opplevde på forsommeren en sjarmerende småby med identitet og egenart, en internasjonal dimensjon og et imponerende kommunika- sjonstilbud. Og de lot seg imponere over et lokalt engasjement, et Utstein Kloster som har vært arnested for et titalls ekspert-konferanser innen fagfel- tet, og en unik integrering av det faglige og det sosiale programmet – med ene-

stående naturopplevelser på lyse og varme mai-kvelder.

Hvordan kan vi i forlengelsen av våre naturgitte fortrinn bli enda mer attrak- tive?

- Det kan skje ved for eksempel å inves- tere mer kraft og kapital i begivenheter som styrker våre felles opplevelser. Svarer Tore Lærdal. - Den nettopp gjennomførte Kammermusikkfestivalen ble en ny påminnelse om betydningen av å ta vare på og å styrke det gode utgangs- punkt vi allerede har. I dag assosieres regionen med verdensnavn og ambassa- dører som Truls Mørk og Leif Ove Andsnes.

- Vårt nye konserthus skal bidra til å fostre nye enere, og til å inspirere de beste til å komme hit for å dele sin bega- velse med oss. Da må vi kunne tilby det

beste som kan mobiliseres av akustikk og miljø. Målsettingen kan ikke være noe mindre, om Stavanger-regionen skal holde og styrke stillingen som et attrak- tivt bosted, og da ikke bare for en kultur- elite, men for ressurspersoner som kan bidra til fornyelse og utvikling på mange områder.

- Initiativtagerne til oljebyen og den Europeiske Kulturhovestaden i 2008 viste helt avgjørende mot og ambisjoner for å gi byen vår en ny, varig dimensjon. Det nye Konserthuset er et tilsvarende løft, som fortjener all nødvendig støtte for å kunne realiseres.

Avslutter Tore Lærdal



VOLVO S80. NÅ ER DET DIN TUR TIL Å PRØVE DEN.

"Nye S80 kjører, styrer og bremser perfekt. Volvo har blant markedets beste seter. Du har det utrolig godt i S80. Og sikkert."

Bergens Tidende, mai 2006

Nyheter som Adaptiv Cruise Control, kollisjonsvarsling, bremsehjelp, aktive Bi-Xenon lys, Personal Car Communicator, videreutviklet Aktivt Chassis og mye mer holder deg informert og beskytter deg uansett hva veien har å by på av overraskelser. Nye Volvo S80 setter ny standard både når det gjelder sikkerhet, innvendig komfort og innovativ teknologi. **Les mer på www.volvocars.no/S80**

NYE VOLVO S80 FRA KR 497 700,-

GJ.SN. FORBRUK 6,3-11,9L/100KM. CO2-UTSLIPP 167G-284G/KM. LEVERT FORUS/BRYNE

Volvo. for life



www.bilforum.no

BilForum DET KOMPLETTE BILSENTER

FORUS 51 81 05 00 ÅPENT: 8.30 - 17 TIR. TIL 20 LØRDAG 10 - 14

BRYNE 51 77 16 10 ÅPENT: 9 - 16 TIR. 10 - 20 LØRDAG 9 - 13

INNSYN OG UTSYN

Flere spekulasjoner, takk !

- Det er et faktum at nye kulturer oppstår og at gamle går under. Hvorfor skulle ikke det skje med vår vestlige kultur? Dette burde vi få flere spekulasjoner omkring. I dag er nesten alle samfunnsforskere fanget i tomgangsretorikken om det multikulturelle.

Pål Veiden, redaktør i tidsskriftet
Sosiologi

Fylkeskulturell pakkeservice

Den kulturelle skolesekken er ett av tiltakene i planen. Nå har den fått innpass i grunnskolen i hele fylket, og den skal videreføres i den videregående utdanningen. I tillegg skal man tilby næringslivet kulturpakker.

Kulturdirektør Vidar Thorbjørnson i
Vestfold Fylkeskommune.

Røtter

Røtter er nødvendige for vekst. Røtter er nødvendige for å oppdage identitet og

kontinuitet - og for å få nødvendige perspektiver på framtiden. Av den grunn er kulturliv aldri å forklare kun som reflekser av det som var - men aktuell og levende samtidighet.

Tormod Wasbø - prosjektleder for St.
Svithundagene for 10 år siden.

Alt det gode kommer nedenfra

- Det virker for meg som om Mary Miller behandler 2008 som en kuratorjobb der hun vil skape noe helt nytt istedenfor å bruke det som allerede eksisterer her. Men jeg mener at god kunst kommer nedenfra ikke ovenfra.

Tore Renberg til Stavanger Aftenblad
11. juli 2006

By og bygd

Rogaland er et eksempel på at by og bygd kan utvikle seg i samspill med hverandre, både Bryne og Ølen viser at det kan gro verdensledende industri selv om det er noen mil til nærmeste storby.

Leder i RA 9. juli 2006

Æres den som æres bør

Heller ikke de mange besøkende fra Sandnes kan ha unngått å legge merke til hvilket fantastisk arrangement som sist uke foregikk i Vågen i Stavanger. Sandvolleyballturneringen med såkalt Grand Slam-status var egnet til å imponere både den ene og den andre. Og her i byen kan vi være stolte over at det er et sandnesfirma som står bak arrangementet.

Leder i sandnesposten 5. juli 2006

Partnerskap - samarbeidskultur

"Hvordan er det mulig å få til det gode samarbeidet om felles areal- og transportplan på Jæren"? Dette spørsmålet har jeg fått en rekke ganger.

Hovedforklaringen er etter min mening at vi i Rogaland - og kanskje særlig på Jæren - har en samarbeidskultur som preger holdninger og handlinger. Det gjelder både faglige, administrative og politiske miljø. Resultatorienteringen er sterkere enn regelorienteringen.

Per Frøyland Pallesen, Regionalplansjef
i Rogaland Fylkeskommune

Høstkurs på Hurtigruten



Vi skreddersyr
kurspakker!

Kontakt oss for tilbud

HAGA NOR Reiser

tlf 5167 65 00 www.haganorreiser.no



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

*Kostnadseffektiv revisjon
Bedriftsrådgivning
Generasjonsskifte
Risikostyring
Juridisk bistand
Skatterådgivning*

PricewaterhouseCoopers DA
Forus Atrium
Postboks 8017
N-4068 Stavanger
Telefon 02316

<http://www.pwc.com>



Direktør Kåre Kristensen, Senter for Interkulturell Kommunikasjon i Stavanger

-Adle kan snofla

Det er greit, det. Men det kan bli dyrt. Den tiden er forbi at norske forretningsfolk kan surfe på lusekoftesjarm. - I en verden hvor det som tilbys av varer og tjenester blir mer og mer likt, kan interkulturell kompetanse bli et avgjørende konkurransefortrinn, mener SIK, Senter for Interkulturell Kommunikasjon i Stavanger.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Kim Laland/BITMAP

Denne artikkelen skal ikke handle om nordmenn på tur i utlandet, selv om det nok kunne ha blitt ganske underholdende. Den skal derimot handle om de krav som stilles, og hva man kan gjøre for å mestre de kulturelle koder - og konflikter - vi møter. Hvordan kan ledere og medarbeidere i norske selskaper møte kulturutfordringer på en positiv, konstruktiv og søkende måte?

- Når en bedrift ikke klarer å gjenta suksessen i hjemmemarkedet i utlandet, er forklaringen ofte mangel på kulturforståelse. Det gjelder ikke bare innsikt i forretningspartnerens kultur, men også kulturell selvforståelse. For å forstå andre må man også kjenne sine egne røtter, sitt eget grunnlag. I forhandlinger betyr kulturbestemte forskjeller i verdisetting av ulike momenter i en avtale ofte mer enn tekniske og økonomiske analyser, sier direktør Kåre Kristensen, SIK.

Er det mange som kommer til dere for å søke råd?

- Det hele startet med at mange bedrifter og folk i helsevesenet, i skolen, ved sosialkontorene og flyktningemottakene tok kontakt med oss for å søke hjelp til å mestre de utfordringer som fulgte av at vi var i ferd med å bli et flerkulturelt samfunn. Også selskaper innen oljesektoren tok kontakt med oss. Her var ofte målset-

tingen å lære ansatte fra utlandet "the Norwegian Way of Life" eller "Getting under the Norwegian Skin". Både Misjonsselskapet og Misjonshøyskolen satt på betydelig kompetanse som her kom til nytte. Dette er fortsatt en del av vårt virke, men etter at vi ble etablert som et eget senter i 1991, er virksomheten betydelig utvidet, særlig i nord-sør sammenheng med deltakelse i ulike utviklingsprosjekter, fred og demokratiseringsinitiativ og i forskning. En foregangsmann har vært og er professor Øyvind Dahl ved Misjonshøyskolen.

Man kan få inntrykk av at mange forbindelser begrepet interkulturell kommunikasjon med hvordan man skal te seg i utlandet i sosiale sammenhenger?

- Ja, derfor får vi gjerne også forespørsler om å holde et to-timers innføringskurs for bedrifter og organisasjoner som skal til Japan eller Afrika. Men det å kommunisere, er ikke løst på denne måten. Noen koder vet vi om, andre kjenner vi ikke, eller vi forstår dem ikke. Det er viktig for oss fra Norge å erkjenne at det ikke bare er de andre som er annerledes. Vi er også annerledes. Dersom en bedrift vil satse på å utruste sine medarbeidere, hjelper det ikke med et kurs på to-tre timer...

SIK har som én av sine sentrale verdier respekt for det globale kulturelle mangfold som uttrykk for Guds skapervilje. Er dere med denne formuleringen lite konfesjonslojale mot Den norske kirke?

- I dette arbeidet kan vi ikke være konfesjonslojale i snever forstand. Uten

respekt for andre kulturer og trossamfunn er det vanskelig å kommunisere. Derfor er vi i den stilling at vi får oppdrag fra alle typer trossamfunn innenfor kristenheten og også fra tilhengere av andre religioner. Vi har et utstrakt samarbeid med kirkesamfunn og religiøse miljøer. I mange av de land hvor vi har oppdrag, er dette en forutsetning for å få noe gjort, enten det er prosjekter rettet mot korrupsjon, for demokratiutvikling og ikke minst i kampen mot AIDS. Vi skal huske på at i mange utviklingsland er den samfunnsmessige struktur og privatlivets regler bygget på religiøse tradisjoner og tro i mye større grad enn det som er tilfellet hos oss nå. Forståelse for ulike kulturers seksuelle normer og tabuer spiller for eksempel en viktig rolle i AIDS-bekjempelsen. Det dreier seg ikke bare om kondomer, sier Kristensen.

Vi har en oljeindustri som arbeider globalt. Vi regner oss selv som utadventde og åpne. Vi ser også at de verdier som preget haugianerne på 1800-tallet, arbeidsomhet og nysomhet, fortsatt regnes som en del av regionens kultur, i hver fall det første?

- Vi har en viktig rolle i å formidle til utviklingsland begreper som demokrati, likestilling, menneskerettigheter og samfunnets sosiale ansvar. Fordi vi ikke har vært kolonimakt, er det mange som lytter til oss. Misjonens rolle har vært og er omdiskutert, men jeg mener at nettopp misjonen har vært en viktig formidler av vårt samfunns mest positive verdier. Jeg er ikke sikker på at de selskaper som



Når en bedrift ikke klarer å gjenta suksess i hjemmemarkedet i utlandet, er forklaringen ofte mangel på kulturforståelse. Det gjelder ikke bare innsikt i forretningspartnernens kultur, men også kulturell selvforståelse, sier Kåre Kristensen, direktør for Senter for Interkulturell Kommunikasjon i Stavanger

arbeider i land med stor fattigdom og korrupte regimer, gjør nok på dette området. I hvert fall er det vanskelig å se resultater av noen bevisst og planmessig innsats. Typisk for mange av disse land er at f.eks. oljeinntektene ikke kommer samfunnet eller befolkningen til gode. Når vi ser at de fattigste i f. eks Nigeria går til direkte angrep på oljeinstallasjoner, er dette signaler som ikke blir tatt alvorlig nok, hevder Kåre Kristensen. SIK mottar kr 170.000 pr år fra Stavanger

kommune. Det er alt senteret får i offentlig støtte. Resten av inntektene er basert på oppdrag. Budsjettet for 2006 er på 5,5 millioner kroner. Å få forskningsmidler fra sentralt hold er nesten umulig. SIK har gjennom mange år avgitt lærekrefter i fag som går på interkulturell forståelse til nåværende UiS.

- Det vi kanskje savner mest er et sterkere engasjement fra næringslivet. Næringslivet bruker store beløp på kultur i betydningen kunstutøvelse i vår egen

region. Dette er viktig for å styrke vår internasjonale konkurransekraft, blir det hevdet. Men hva med den trussel for vår verdiskapning som globale og regionale kulturkonflikter representerer? Vi har en unik kompetanse på dette området i Stavanger-regionen, men den må vedlikeholdes og videreutvikles - og ikke minst benyttes -, avslutter Kåre Kristensen.

SIK, SENTER FOR INTERKULTURELL KOMMUNIKASJON I STAVANGER

SIK har som mål å være ledende i Norge når det gjelder å skaffe til veie, bearbeide og videreformidle forskningsbasert kunnskap om det globale kulturelle mangfoldet og interkulturelle møter.

SIK er organisert som et aksjeselskap, eid av Misjonshøgskolen i Stavanger (MHS) og Det Norske Misjonsselskap.

SIK arbeider i hovedsak innenfor tre temaområder: Nord - sør relasjoner med vekt på utvikling av interkulturell og utviklingsfaglig kompetanse, særlig knyttet til bistand & diakoni og freds- & demokratiseringsprosesser. Det flerkulturelle norske samfunnet med vekt på integreringsutfordringer og utvikling av flerkulturell kompetanse. Internasjonalisering med vekt på ledelse og samarbeidsrelasjoner i et interkulturelt perspektiv.

SIK ønsker å se forskning, utrednings- og konsulent-

oppdrag, undervisning og formidling som en dynamisk enhet der de ulike elementer gjensidig befrukter hverandre. Nærhet til praksisfeltet er viktig.

KÅRE KRISTENSEN, f. 1950

Cand. theol. fra Misjonshøgskolen. Har arbeidet 12 år i Kamerun. Leder av SIK fra 1999. Har på SIK arbeidet mest med: bistand og utvikling nord-sør relasjoner, integrert landsbyutvikling, organisasjonsutvikling, styrking av sivil samfunn, fred og demokratiutvikling, monitoring av utviklingsarbeid, HIV-aids, universitetssamarbeid.



Noe å ta med seg!



ROLL UP

Enkle og fleksible systemer skaper oppmerksomhet. Vi har flere modeller og størrelser.



POP UP

Synliggjør ditt produkt på en effektiv måte. Veggen settes opp på mindre enn 10 minutter – uten verktøy.



SOFT IMAGE

Et lett håndterlig system med tekstildekor. Brett ut og du har en stor vegg – på bare noen sekunder.



BROSJYRESTATIV

Et praktisk og pent brosjyrestativ. Lett å bære – enkelt å slå opp.

Systemene og kompetansen finner du hos oss!

BITMAP*

Tlf. 51 84 92 30

Kvitsøygt. 91, 4014 Stavanger, post@bitmap.no, www.bitmap.no

REKLAMEFOTO SCANNING DIGITAL UTSKRIFT MESSEDEKOR BILDEDATABASE



Hydrogen som drivstoff

En forsker fra Vestlandsforskning utalte i 2004 under Gass-konferansen i Bergen følgende: "Hydrogen er framtidens drivstoff – og vil alltid være det." Kanskje får forskeren rett, men det er gjort mye i Norge gjennom de siste tre årene for at nettopp hydrogen på noe sikt skal bli et foretrukket drivstoff i transportsektoren. Spesielt i denne sammenheng er det nasjonale utviklingsprosjektet "HyNor – Hydrogenveien i Norge".

Tekst: : Jostein Pettersen,
Rogaland fylkeskommune
Foto: Markus Johansson/BITMAP

Deltakere i HyNor er oljeselskapene Statoil og Hydro, energiselskap, private bedrifter, kommuner, fylkeskommuner, forskningsinstitusjoner og miljøorganisasjoner – til sammen ca. 45 virksomheter. HyNor er organisert som flere selvstendige delprosjekter eller knutepunkter – som de også kalles – langs veien Stavanger – Oslo. I tillegg til Stavanger er det knutepunkt i Lyngdal, Grenland, Drammen og Oslo. Det arbeides også med å etablere et knutepunkt i Kristiansands-området.

HyNor har som målsetting at det skal være mulig å kjøre mellom Stavanger og Oslo med hydrogendrevne kjøretøy innen 2009. Ved HyNor-prosjektet har man faktisk startet arbeidet med tilrettelegging og utvikling av en infrastruktur for fyllestasjoner for hydrogen i Norge.

Knutepunkt Stavanger blir først ut. Den 23 august 2006 åpnet Norges første hydrogen- fyllestasjon. Stasjonen er en integrert del av Statoil-stasjonen på Forus like ved Statoils hovedkontor.

Åpning av stasjonen samtidig som ONS pågår i Stavanger, har gitt oss en usdvanlig stor interesse fra flere store internasjonale aktører. Bl.a. kommer Mazda fra Japan med sin hydrogendrevne sportsbil til åpningen. Det er første gang Mazda foretar en slik visning utenfor Japan. Videre kommer Intelligent Energy fra England med sine hydrogendrevne motorsykler. Fra Norge stiller Think med sin nye hydrogen/el-bil og sportsbilen FYK vil også være på plass.

Vi tør nesten si at starten på hydrogen-samfunnet i Norge finner sted i Stavanger. Dvs. at vi her har noe fysisk vi kan se, kjenne på og kjøre med, ikke bare planer, ideer og visjoner. Det er en vesentlig forskjell.

Så kan man spørre – hvorfor denne satsingen på hydrogen? Kort sagt: fordi hydrogen kan hentes ut fra flere kilder som bl.a. vann ved elektrolyse eller natur/biogass ved reformering. Hydrogen kan mao. gjøre oss mindre oljeavhengig. Det er for øvrig hovedmotivet for satsingen i store land som USA og Japan.

Videre, brenning av hydrogen har kun vanndamp som utslipp. Det vil kunne føre til en vesentlig senking av skadelig miljøutslipp.

Men skal satsingen på hydrogen lykkes må metodene for framstilling av hydrogen kraftig forbedres og prisene vesentlig ned. Det sammen gjelder for "motoren" i verdikjeden – brenselcellen. En brenselcelle produserer strøm av hydrogenet som igjen brukes til drift av el-motorer. Suksess forutsetter mao en vesentlig teknologisk utvikling og forbedring av hele verdikjeden.

Det er store utfordringer ved å satse på hydrogen. Bak knutepunkt Stavanger står Rogaland fylkeskommune, Statoil, Lyse Energi, Rogaland Taxi, Stavanger kommune, IRIS, Energiparken og Bellona. Men vi trenger flere aktører som vil satse og på den måten bidra til at regionen utvikler kompetanse og skaper nytt næringsmessig grunnlag med hydrogen som kilde.



Den 23 august 2006 åpnet Norges første hydrogen- fyllestasjon. Stasjonen er en integrert del av Statoilstasjonen på Forus like ved Statoils hovedkontor.



Det er de samme mekanismer som ligger til grunn for sponning av både idrett og kultur. Det handler om synlighet og positive opplevelser. Dersom et arrangement har stor dekning i media vil det også være interessant som sponsorobjekt, og dersom arrangementet kan gi gode opplevelser til kunder og ansatte vil det gi gode assosiasjoner til bedriften, sier Bjarne Berger, partner i sponsorselskapet Thue & Selvaag.

10 bud for sponsormarkedet

1. Lær deg næringslivets verdibegreper – husk at næringslivets hovedoppgave er å tjene penger.
2. Definer ditt "totalprodukt" sett fra en kommersiell vinkling
3. Utarbeid en kommersiell strategi, begrens de kommersielle aktiviteter ikke til sponning alene.
4. Tenk langsiktig. Det gjør bedriftene.
5. Sponning er ikke uforpliktende gaver eller bevilgninger. Ønskes uforpliktende midler, be om gaver!
6. Sponsoravtaler har en kostnadsside – vurder potensialet og kostnader før du går inn i dette markedet.
7. Sponsoravtaler kan gi mer enn penger – kompetanse, leveranse og andre samarbeidselementer kan også være verdifulle.
8. Vær tidlig ute og ha tålmodighet – det handler ofte om lange beslutningsprosesser
9. Skreddersy produktet til den enkelte bedrift
10. Vær stolt av din sponsorer – vis de frem!

Hvorfor mislykkes 9 av 10 kulturaktører

- Urealistiske målsettinger
- Manglende kontroll på rettigheter
- Ensidig fokus på kultur, manglende fokus på kommunikasjon
- "Redsel" for næringsliv og kommersialisme
- Ulike holdninger til verdier
- Programinnhold ikke egnet til å skape oppmerksomhet og/eller engasjement
- Manglende sammenheng mellom visjon, mål og program
- Manglende prosjektstyring og økonomisk kontroll
- Søker sponsorer, ønsker mesener
- Liten evne til å integrere kommersiell behov

Opplevelsesøkonomien er her!

Næringslivet investerte i 2003 totalt ca 1.200.000 millioner kroner i sponsoraktiviteter. Hele 65% gikk til sponning av idrett, mens kun 12% gikk til sponning av kultur. Men nå øker sponning av kultur og sosiale organisasjoner mest. Hvorfor? Og er det egentlig forskjell på kultur- og idrettssponning?



Tekst: Randi Øglænd
Foto: Kim Laland/BITMAP

OPPLEVELSESØKONOMIEN ER HER!

- Aldri har tilgangen til objektiv informasjon vært større enn nå. Likevel er det historien og forestillingen rundt produktene og bedriftene som i stadig større grad avgjør våre valg, sier Bjarne Berger, partner i sponsorselskapet Thue & Selvaag. - Informasjonssamfunnet skaper behov for nye arenaer for kommunikasjon, og her er opplevelsesbasert markedsføring en meget nyttig informasjonskanal. Opplevelsesbasert markedsføring som sponning har mindre støy enn vanlige mediekkanaler (kan ikke zappes bort), den har optimale sender- og mottakerforhold, arenaer som er tilpasset budskap og målgruppe, et enkelt budskap og en sterkere fokus på mottakerens opplevelse enn på det objektive budskap, fortsetter Berger. Derfor blir sponning generelt og kulturssponning spesielt en stadig viktigere markedskanal for næringslivet.

Hva er egentlig sponning?

- Sponning er et kommunikasjonsverktøy, sier Bjarne Berger. - Vi må skille mellom gaver/veldedighet og sponsoravtaler. En sponsoravtale er kommersiell og forventes å gi en effekt. Sponning skal skape oppmerksomhet og knytte bedriften til attraktive opplevelser og verdier. Når en bedrift vurderer et sponsorengasjement, må bedriften derfor se på om sponsorobjektets profil passer til bedriftens profil-mål, og om sponsorobjektet er egnet til å overføre disse verdiene overfor målgruppene.

Dere skal være med å skaffe sponsor-midler til Stavanger2008. Hva legger dere

vekt på overfor potensielle sponsorer?

- At dette er et arrangement som involverer og angår alle aldersgrupper og segmenter av markedet. Stavanger2008 omfattende varighet og mangfoldighet gjør sponsoravtalen til et anvendelig og fleksibelt markedsverktøy. Viktig for næringslivet er også prosjektets betydning for utvikling av regionen på lang sikt. Blant annet trenger Næringslivet å rekruttere flere folk og gode folk, og det er mer enn arbeidsplassen som betyr noe ved valg av arbeidssted. Det er dokumentert at kultur- og opplevelsestilbudet spiller en stadig større rolle ved valg av arbeids- og bosted. I tillegg er det gjort undersøkelser av tidligere kulturhovedsteder og lignende prosjekter, som påviser store direkte og indirekte ringvirkninger innenfor områder som kompetanseutvikling, identitet, reiseliv og næringsliv for øvrig. Dette vil gjøre Stavanger2008 til positiv pådriver for videre utvikling av hele regionen, et nytt og viktig ben å stå på mht næringsutvikling.

- Stavanger2008 har store ambisjoner også når det gjelder kommersielle inntekter, fortsetter Berger. Målsettingen er totalt 100 mill kroner i andre inntekter (enn de offentlige tilskudd) og en stor del av disse skal hentes inn gjennom ulike samarbeidsavtaler med næringslivet. Per i dag er over 50 % av inntektene sikret, noe som allerede kan betegnes som "norgesrekord" for kulturarrangement i Norge.

Du arbeidet også med OL på Lillehammer. Hvor mye sponsorinntekter hadde dette idrettsarrangementet?

- OL på Lillehammer hadde ca 700 millioner kroner i sponsor- og lisensinntekter, men dette kan vanskelig sammenlignes med noe annet prosjekt. Flere er interessert i idrett enn i kultur. Dessuten hand-

ler det om synlighet. Mediadekning er ofte samsvarende med sponsorpotensial. De store idrettene som ski og fotball har ofte en sterk medieprofil, med dekning i aviser, radio og TV. Idretten har også blitt flinkere til å bygge gode relasjoner med sponsorene sine, og til å gi sponsorene "value for money". Bedriftene vet dessuten hva de får når de går inn og sponser et idrettsarrangement. I kulturlivet derimot er de avhengig av å ha et program å selge, et program som kanskje ikke blir ferdiggjort før etter at sponsoravtalene må inngås.

- Bortsett fra det så er det de samme mekanismer som ligger til grunn for sponning av både idrett og kultur. Det handler om synlighet og positive opplevelser. Dersom et arrangement har stor dekning i media, vil det også være interessant som sponsorobjekt, og dersom arrangementet kan gi gode opplevelser til kunder og ansatte, vil det gi gode assosiasjoner til bedriften.

OPPLEVELESSESAMFUNNET

- Vi er en del av opplevelsessamfunnet, sier Berger. - Det aktualiserer kulturhovedstadsprosjektet i mye større grad enn det som var tilfellet for 10 år siden. I tillegg øker avhengigheten og samspillet mellom kultur og næring. Bedriftenes fokus endres gradvis fra å være leverandør av varer og tjenester, til å tilby minnerike og personlige opplevelser for sine kunder og sine ansatte, samtidig som kultur- og opplevelsesaktørene blir mer bevisst på at de er en viktig og stor næring, faktisk litt større enn servicenæringen og dobbelt så stor som jord- og skogbruksnæringen. I fremtiden blir det viktigere å skape felles opplevelser sammen med kunden. Det vil igjen være med å påvirke kundens preferanser og holdninger, avslutter Bjarne Berger.

En hverdag rikere på opplevelser

”Skal Kulturbørsen lykkes, må den ha som hovedmål å gjøre hverdagen rikere på opplevelser, mer spennende, øke trivselen, gi påfyll av energi, gi oss nye og utfordrende problemstillinger. Den må lære oss å håndtere konkurranse på en bedre måte, å øke evnen til å motta flere inntykk og gi oss større fantasi. Vi skal ikke være passive mottakere men bli aktive medspillere. Klarer vi det – blir det god forretning for alle parter”.



Tekst: Åse Tendenes, prosjektleder for forprosjektet Kulturbørsen

Slik lyder visjonen for ”Kulturbørsen”, et prosjekt som har som formål å knytte tettere bånd mellom kunst, kultur, kulturbasert næring og næringslivet for øvrig.

Næringsforeningens Ressursgruppe for kultur og næring, med representanter fra både næringsliv og kulturinstitusjoner, har utviklet en strategisk plan med fokus på hvordan næringsliv og kultur kan samhandle og utvikle kompetanse, nettverk og møteplasser. Et av tiltakene ressursgruppen arbeider med, er å arrangere en årlig møteplass for nyskapning i næringslivet og for kulturbasert næringsutvikling i regionen under mottoet; ”kultur er næring – næring er kultur”.

KULTURBØRSEN

Den nye møteplassen har fått navnet Kulturbørsen. Navnet skal illustrere koblingen mellom kultur og næringsliv. Fra første idéskisse i 2003 til forprosjektet ble avsluttet våren 2006, har det vært stadig økende fokus på koblingen mellom kultur

og næring, både her i regionen og i landet for øvrig. Kulturbasert næring er den næringen som vokser hurtigst i landet, og den er et prioritert satsningsområde for offentlig sektor. Tidspunktet for etablering av Kulturbørsen skulle således være helt optimalt. Hvis hovedprosjektet blir gjennomført, vil dette bli et pilotprosjekt for resten av landet. Det er stor konkurranse om kompetent arbeidskraft for tiden. Vi vet at gode tilbud innenfor kunst og kultur har stor betydning når mennesker skal velge hvor de vil jobbe og bo.

ET KRAFTSENTRUM

Arbeidet med forprosjektet til Kulturbørsen har vært en utrolig spennende prosess. Underveis har det vært en rekke møter med representanter både for kulturlivet og næringslivet. Alle som en stiller seg helhjertet bak prosjektet. Teatersjef Hanne Tømte ved Rogaland Teater har lang erfaring i å samarbeide tett med næringslivet. Slik ser hun på ideen om en Kulturbørsen:

”En viktig arena for å etablere samarbeid om nye ideer og prosjekter.. En slik arena vil kunne bli et kunnskapsmessig kraftsentrum hvor resultater er innova-

sjon både for kulturlivet og næringslivet. La oss skape en felles møteplass som er enestående i norsk sammenheng.”

MØTEPLASSEN

Kulturbørsen skal legge til rette for åpen og god dialog og erfaringsutveksling, og for presentasjoner av ulike produkter. Kulturbørsen skal også tilby aktuelle foredrag på internasjonalt nivå. Det faglige innholdet skal være nyskapende og bidra til kunnskapsutvikling blant deltakere både fra kultur- og næringsliv. Kulturbørsen skal også være en arena der det presenteres ny nasjonal og internasjonal forskning på området. Målet med møteplassen er at deltakerne skal motiveres, inspireres og oppleve at kultur er god næringsutvikling. Hele Kulturbørsen skal ha en gjennomgående kunstnerisk profil.

AKTØRER OG SAMARBEIDSPARTNERE

På Kulturbørsen skal kultur- og næringsliv være likeverdige parter. Poenget er å få til økt verdiskaping sammen. Begge skal ha nytte av hverandres kompetanseområder. Bedrifter kan hente ideer og kunnskap fra kunst og kulturliv og



omvent. I samspill skal det utvikles arbeidsplasser som skal appellere til sanser og følelser og skape grobunn for innovasjon og kunnskapsdeling.

STAVANGER-REGIONEN

For Stavanger-regionen skulle det meste ligge til rette for etablering av

Kulturbørsen akkurat nå. Stavanger blir Kulturhovedstad i 2008. Næringslivet blomstrer som aldri før, og det etableres stadig nye virksomheter. Regionen har et godt kunstnerisk fundament, og det er stor interesse for nyskaping og mangfold. Regionen har lang erfaring i å arrangere konferanser og messer. Samarbeidet

mellom offentlige etater, privat næringsliv og kulturinstitusjonene er svært godt, og det finnes allerede mange resultater fra samarbeid mellom kultur og næring.

Prosjektgruppen for forprosjektet Kulturbørsen

Næringsforeningens Ressursgruppe for kultur og næring tok initiativet til prosjektet. Næringsforeningen har bevilget kr. 50.000 til forprosjektet.

Prosjektet har hatt en arbeidsgruppe bestående av: Aase Tendenes, designfirmaet Aase Tendenes AS, prosjektleder
Kari Thu, Elan IT ReSource
Thorstein Granly, Stavanger Symfoniorkester



Et av målene til STAR er å bedre og tilrettelegge rammebetingelsene for musikkmiljøet i regionen, sier daglig leder i STAR, Børre Jacobsen.

Mer rock n'roll

Nyetablerte STAR (Stavanger Rock) vil få fart på pop- og rockbransjen i Stavanger-regionen. De favner bredt. Enten du spiller i band, jobber som DJ, arrangerer konserter, eller går med en manager i magen vil de hjelpe deg.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: Kim Laland/BITMAP

- Det finnes mange kreative og bra band i regionen. Med rett støtte og skikkelig oppfølging kan det komme svært mye spennende i årene fremover, hevder daglig leder i STAR, Børre Jacobsen. Lederen for den ferske interesseorganisasjonen for rytmisk musikk har nylig flyttet inn i Stavanger 2008 sine lokaler på Domkirkeplassen. Her kommer det daglig inn artister og folk som arbeider innenfor musikkbransjen og ber om råd. - De ønsker øvingslokaler, trenger hjelp til å spille inn en demo, og noen ganger vil de bare at jeg skal høre på musikken deres. Det er en utrolig kjekk jobb, sier Børre, som selv spiller gitar i både Rub A Dubs og Stavanger Energi.

Jacobsen forteller om et oppsving av tradisjonelle rock og punkrockband. - For ti år siden var det mye house musikk og elektronisk musikk. Nå merker jeg at folk går tilbake til 80-talls rocken og jentene er definitivt på banen. Øvingslokaler er ofte øverst på bandenes ønskelister. Lokalene er som produksjonsceller. Her lages musikken og råmaterialet, sier STAR-lederen. Han drømmer om en avtale med Tou Scene: små, lydtette lokaler som musikerne kan benytte. - Tou ville være ideelt. Miljøet på Tou Scene vil gjøre det enklere for musikerne å komme i kontakt med andre ledd i musikk- og kunstmiljøet samtidig som de får arbeide i levelige lokaler.

BYGGER ROCKEBYEN STAVANGER

STAR arbeider ikke bare med de praktiske oppgavene. De tenker langsiktig. Ett av målene til STAR er å bedre og tilrettelegge rammebetingelsene for musikkmiljøet i regionen. - Vi vil at Stavanger skal være en attraktiv by å etablere seg i.

I tillegg håper vi å øke interessen for pop- og rockmiljøet i regionen, forteller Jacobsen. Han samarbeider tett med søsterorganisasjonen BRAK (Bergens Rockaktører).

- Vi har mye å lære av Bergen. Siden oppkjøringen til Kulturbry 2000 har rockmiljøet i Bergen samarbeidet under paraplyen BRAK. De er blitt et konstruktivt talerør for en styrket musikkindustri. Næringspolitisk er de også i ferd med å bli tatt på alvor, forklarer Jacobsen.

175 ROCKERE

Styreleder i STAR og tidligere Folken-sjef, Stein Andreassen, foretok nylig en kartlegging av næringspotensialet i pop- og rockbransjen i Stavanger-regionen. Undersøkelsen viser at det er rundt 175 årsverk knyttet til bransjen i regionen. Styrelederen tror antall arbeidsplasser kan økes betydelig dersom kompetansen i regionen heves og miljøet får en mer offensiv mentalitet.

- Regionen mangler noen viktige næringsledd som bla. management, booking og promotering. I dag er de fleste slike aktører lokalisert i Oslo. Vi må forsøke å stimulere til utvikling av disse funksjonene lokalt, oppfordrer Jacobsen. Han mener utvikling av de manglende

næringsleddene kan heve kompetansen lokalt og gjøre det lettere for lokale artister å lykkes både nasjonalt og internasjonalt.

FILM, ROCK OG SKATING

- Vi bør også bli flinkere til å lage musikkvideoer her i regionen. Det er en solid filmmiljø i regionen som vi håper er interessert i å produsere musikkvideoer. Filmmiljøet i Stavanger bruker ofte lokal musikk i både lang- og kortfilmer, men lokale musikere må vanligvis til hovedstaden for å spille inn videoer, forteller Børre og legger til at de har en god dialog med filmaktørene i regionen.

STAR arbeider også for å styrke samarbeidet mellom rock- og skatemiljøet. I høst arrangerer de "Hardbord" sammen med skatebordsmiljøet i byen og Stavanger2008. Første helg i september blir det seminar, konserter og skatefilmer i Stavanger og Sandnes. - Skatemiljøet har mange fellestrekk med rocken. De er begge kommersielle i sin natur og typiske ungdomskulturer som ofte faller utenfor "det gode selskap". Snowboarderne ventet lenge før de fikk sin egen olympiske gren, og rocken blir sjelden tatt like alvorlig som den klassiske musikken, forklarer Jacobsen. STAR-lederen ønsker et langsiktig samarbeid med skateboardmiljøet. - Skating og rock kan bli dynamitt sammen. Det kan bli noe veldig "stavangersk". Vi er i ett av de få stedene i landet hvor du kan surfe, skate og snowboard. Vi bør bruke det for alt det er verdt og selvsagt koble det sammen med rocken, avslutter en engasjert Jacobsen.

Tirsdag 26. september arrangerer Næringsforeningen møtet "Fra lidenskap til forretning". Møtetemaet er utvikling av kunstneriske foretak og forskjeller mellom kunstnerisk og annen næringsvirksomhet. Børre Jacobsen fra STAR og Svein Dybdahl fra Synergia er foredragsholdere.

INNSYN OG UTSYN

Gallerisnakk

Det er neppe noget sted i verden, hvor det bliver sagt såmeget dumt som i et malerigalleri.

Alexander L. Kielland, i Dagbladet 15. juni 1878

Tåkeprat

Hofftrollen: Øyner du dybden?

Peer: Det tykkes meg tåget.

Henrik Ibsen i Peer Gynt 1867

Kunnskap

Egentlig vet man bare når man vet lite, sammen med kunnskapen vokser tilven. Goethe

Synergi kultur og næring

Kombinasjonen kultur og næring har uforløyse verdiskapingspotensial. Kulturbaserte næringer er ofte forankra lokalt, og spelar ei viktig rolle for å utvikle attraktive bustader for innbyggjarar og lokaliseringstader for verksemdar. Kommunal- og regionaldepartementet (KRD) vil saman med fleire andre departement sette inn konkrete tiltak for å styrke ei heilskapleg satsing på kultur og næring. KRD har sett av

inntil åtte millionar kroner i 2006 til dette, som ein start på satsinga.

Regionalnytt nr. 7- 16.6.2006 - Årgang 3: Ny stortingsmelding om distrikts- og regionalpolitikken.

Flerkulturelt arbeidsmiljø

Ved Klepp Mek AS er ni ulike nasjonalitetar representert blant dei tilsette. Ved CNC-maskinane og sveiseapparata rundt i produksjonshallen står arbeidstakarar med opphav frå Eritrea, Polen, Noreg, Vietnam, Tyrkia, Tyskland, Kroatia, Holland og Sverige. Det mekaniske industrimiljøet skrik i dag etter sveisarar, platearbeidarar og CNC-operatørar. Marknaden er helst støvsugd for norske fagfolk, så utanlandsk arbeidskraft er nødvendig. Magnor Oma er godt fornøgd med det fargerike fellesskapet i bedrifta. Eg har erfart at folk med utanlandsk opphav er ei stabil arbeidskraft. Dei er svært pliktoppfyllande og held på jobbane sine. Eg forstår ikkje kvifor folk er skeptiske til å tilsetja utlendingar, seier Oma.

Jærbladet 5. juli 2006

Operafordommer

Kritikere kommer og går. Fjorårets anmelder var veldig fornøyd. Vi har

greid å minske folks fordommer mot opera.

Torgrim Titlestad til Stavanger Aftenblad 5. juli 2005

Josefsen på Torget om toåtte

- Kulturen har gått til hovudet på folk, kan ikkje Stavanger få lov å vera den flotte byen den er?

Torghandler Hans Johan Josefsen i Stavanger til Stavanger Aftenblad 5. juli 2006

Kvinnemonument i Sola?

- Fru Astrid, kona til Erling Skjalgsson, er et symbol på alle de kvinner i Sola som har ventet og ventet og ventet på sine sjøfarende menn. - Astrid ventet ikke bare på sin mann, som til stadighet var ute på reise. Hun ventet også på broren sin; Olav Trygvason. Han falt i slaget ved Svolder. Slik har kvinner stått langs Norges kyst i århundrer og ventet på å få sine kjære hjem fra havet, forteller Arne Helvik. Han har skrevet brev til Sola formannskap hvor han forklarer hvorfor han vil reise en Astridbauta eller statue, og spør om politisk støtte for å få dette til; kanskje til kulturbåret 2008.

Solabladet 16. februar 2006

Vi skal gi våre kunder lønnsomme høydepunkter ved gjennomføring av arrangementer, kompetanse- og lagbyggingsprogrammer.

Det er vår oppgave å sette sammen et innhold som best mulig reflekterer de mål og verdier våre kunder representerer. Vi vet at det er det lille ekstra som gjør at du kommer tilbake.

Velkommen til et inspirerende, spennende og resultatrikt samarbeid.

Våre arbeidsområder omfatter bl.a.

- Lagbygging og relasjonsbygging
- Motivasjonsprogram
- Firmaarrangementer med og uten faglig innhold
- Kundetreff
- Salgsmøter
- Jubileumsfester
- Blåture
- Rebusløp
- Julebord
- Gourmetopplegg
- Matkurs
- Øl-, vin-, konjakk-, akevitt- og whisky kurs
- Kurs og konferanser



**HØYDE
PUNKT**

Auglendsmyra 2, 4016 Stavanger.
Tlf 51 88 47 00. Faks 51 88 47 02.
www.hoydepunkt.no

ARRANGEMENTER, KOMPETANSE- OG LAGBYGGINGSPROGRAMMER



Nye Audi A6 allroad quattro fra kr 686.360,-

Opplev mer frihet, mer Avant og mer quattro. Nye Audi A6 allroad quattro er her. Ved å kombinere det beste fra en SUV med en stasjonvogn, får du en bil med både roff og elegant innpakning. Høyden kan justeres, automatisk eller manuelt, over 6 cm. Dette gir glimrende kjøreegenskaper, samtidig som den er solid i terrenget.

Med en bagasjekapasitet på inntil 1660 liter, er nye Audi A6 allroad quattro den perfekte bilen enten du skal på hytta eller cruise på motorveien. Besøk oss og opplev den ultimate kombinasjonen av gode Audi ideer.

Audi Senter Forus

VASSBOTN 6

TELEFON 24 03 41 00 - 4033 FORUS

www.audi-senter-forus.no



Pål Jacob Jacobsen

Stavanger-regionens Europakontor
pal@onemarket.be
www.one-market.org

Rennesøy – en aktør i Europa

ESA liker ikke bompengefinansieringen av Finnfast. EU vil nemlig ikke at landene skal belaste stakkars utenlandske lastebiler med bompenger på Rennfast til å finansiere lokale veier som Finnfast.

Et indre marked krever felles regelverk, og dette området definerer EU som en del av det indre markedet.

Med EØS-avtalen er Norge med i det indre markedet som egentlig er selve hjertet i EU. Nesten alt kan defineres inn i det indre markedet, og med majoritetsbeslutninger kan ikke vanskelige briter eller franskmenn gjøre mer enn å bremse utviklingen mot et stadig mer felles regelverk.

I Skandinavia har politikerne tradisjonelt styrt utviklingen uten mye regelverk som begrenser deres beslutninger. Lengre syd i Europa og i EU har man ikke den samme tiltroen til politikerne. De har derfor hatt et strengere juridisk rammeverk som politikerne må holde seg innenfor.

Dette kom som en overraskelse på politikerne gjennom EØS-avtalen. Våre politikere kan nå verken lage regler som de vil, eller støtte næringsliv som de vil – de må tilpasse seg EØS' indre marked med over 450 millioner mennesker.

Har EU så noe med finansieringen av Finnfast å gjøre? Det er lett å si nei – men samtidig ikke tilfeldig at dette er en del av det indre markedet.

Alle demokratier har et byråkrati som lager og følger opp regelverket. Når representanter fra 15 (EU hadde 15 medlemmer da bompengedirektivet ble laget) land møtes for å lage felles direktiv, så vil de alle ha med noe av sitt. Alle har også noen de vil beskytte eller beskytte seg mot (f.eks. østerikerne som vil finansiere sitt veinett med avgifter gjennom Alpene). Regelverket blir dermed sjelden mindre byråkratisk og sjelden tydeligere – men det gjelder for et marked med over 450 millioner mennesker – det er den store fordel.

Da veifinansieringsdirektivet ble diskutert, kjempet nok alpe-landene for sine spesielle tunnellutfordringer, og danskene beskyttet sikkert Øresundsbroen. Men ingen kjempet for Vestlandets unike situasjon med øyer, broer og tunneller – vi er ikke med rundt bordet der det endelige regelverket blir kompromisset frem, og ESA's foreløpige konklusjon kommer derfor som en overraskelse på mange.

Et felles regelverk er nødvendig for et indre marked, og det er veldig gledelig at Rennesøy kommune er oppdaterte og villig til å bruke EØS-regelverket og ESA – selv om det kommer fra Brussel, og selv om man kan diskutere om ESA har rett eller galt.

Få fart på salget

- og bruk tiden din på de riktige kundene!

Bizweb er et uunnværlig salgsverktøy som hjelper deg til å finne nye, lønnsomme kunder og målgrupper.

NYHET: Nå også med kredittinformasjon!



Gratis demotilgang?



www.bizweb.no
salg@bizweb.no

 **VISMA®**

Filmrevolusjonen

Stavanger som musikk- og teaterby er akseptert nasjonalt og internasjonalt. Men Stavanger som filmby? Dette siste ville vært utenkelig for bare snaut ti år siden. Men nå snakker vi om en Stavanger-bølge, for ikke å si Sandnes-bølge innen filmen. Vi har "Detektor" med Pål Jackmann, "Alt for Egil" med Sigve Endresen som produsent Tore Rygh som regissør, "Mongoland" og "Monstertorsdag" med Arild Østin Ommundsen, og nå sist, underet av en kortfilm av Bobbie Peers fra Sandnes, som i 2006 erobret Gullpalmen i Cannes som beste kortfilm med sin "Sniffer".



Tekst: Egil Rugland
Foto: Kim Laland/BITMAP

Men det har skjedd mer. Vi har fått Filmkraft. Et fylkeskommunalt selskap som skal arbeide for utvikling og finansiering av film- og TV-produksjoner, samt utvikling av filmnæringen til å gi kontinuerlig virksomhet og økt verdiskapning i Rogaland.

Sydvest Film er etablert med det formål å tilby rådgivning knyttet til idéutvikling og finansiering, formidling av spisskompetanse, og salg av film- og tv-rettigheiter. Hensikten er å satse spesielt på talent- og idéutvikling av regionale prosjekter av høy kvalitet, og med potensial for god lønnsomhet.

Og bak har vi et utdannings- og kompetansemiljø på Universitetet i Stavanger med Hans Eirik Voktor som en slags farsfigur i miljøet.

Kinodirektør Frode Nilsen har fulgt utviklingen på nært hold.

FILMKRAFT

- Etableringen av Filmkraft representerer et kvantesprang, sier Frode Nilsen. Det er et skritt i riktig retning, og det er et politisk grep som gjør det mulig å bruke film i en kulturpolitisk og næringspolitisk sammenheng. Det viser at det er politisk vilje til satsing på film. Det vil få stor betydning for kulturlivet i fremtiden.

SYDVEST FILM

- Sydvest Film har også spilt en sentral rolle i utviklingen av kort- og langfilm regionalt. Selskapet er nå blant annet involvert i en film om ungdom i Stavanger- og Liverpoolregionen. Nilsen understreker at den videre utviklingen av miljøet må baseres på samarbeid. Filmkraft samarbeider allerede med Bergen-regionen.

- Det går også an å få til samarbeid med Oslo, og med den internasjonalt kjente regissøren Harald Zwart i Fredrikstad, for den saks skyld.

OMMUNDSEN & CO

- Men Stavanger-bølgen har selvsagt mest å gjøre med produksjonene til Arild Østin Ommundsen og med gjengen rundt ham og Mongoland og Monstertorsdag, og ikke minst nå sist Bobby Peers, med sin gullpalmevinner Sniffer. De har vist at det er mulig å skape noe på filmfronten i regionen. Samspillet med miljøet på UiS, som har bygget opp kompetanse, ligger også bak. Og det viktige er at noen har våget å satse. Resultatet av filmene viser at det har gått bra, og at det skjer noe utenom Oslo-gryta. Alt dette har også betydning for nyrekruttering til film.

- Har Kino1 på noen måte bidratt?

- Vi har satset på å legge forholdene til rette for at filmene regionalt skal få best mulig lanseringsmuligheter, og har bidratt innen markedsføring helt generelt. Men jeg tror at vi bare ser begynnelsen på noe større, sier Nilsen. Under barne-

filmfestivalen Megafon ble det i samarbeid med Stavanger Aftenblad utlyst en kortfilm- og manuskonkurranse. Det kom inn rundt 50 bidrag fra hele fylket, og ifølge juryen var det høy kvalitet på filmene. Noen av disse har siden blitt vist som forfilm på kinoene.

I lang tid har også rogalendinger hevdet seg svært godt på kortfilmfestivalen i Grimstad, og deltatt på festivaler i Tromsø, Trondheim, Oslo og ikke minst i Haugesund, altså på treffsteder der hele filmbransjen er til stede. Under filmfestivalen i Haugesund har miljøet også kommet i kontakt med et bredt skandinavisk miljø. Haugesund-festivalen har vært flink til å satse på det nordiske miljøet.

STAVANGER-FESTIVAL

- Kan det bli en festival i Stavanger?

- Det er for tiden to ideer som kan være utgangspunkt for en festival i Stavanger, sier Nilsen. Den ene er en festival med uavhengig amerikansk film, og den andre er å knytte en fredsfilmfestival til litteraturfestivalen Kapittel. Dette siste er en spesiell og unik ide som vil sette film og kultur i Stavanger-regionen på kartet i en større internasjonal sammenheng. Saken er tatt opp på politisk hold, og rådmannen har bedt om en utredning av modell, organisering og ikke minst av kostnadene til en eventuell fremtidig filmfestival i Stavanger-regionen.

- Betydningen av dette sterke miljøet i regionen?



Bildet øverst: Frode Nilsen, kinodirektør for Kino1. Bilder under fra venstre: Fra filmene Mongoland, Monstertorsdag og Sniffer.

IDENTITET

- Det er identitetsskapende og styrker tilhørigheten til folk som bor i regionen. Det vil gi økt stolthet og kunne skape en større historisk bevissthet for eksempel gjennom dokumentarfilmer. Det vil gjøre det mulig å kople de ulike kulturformer. Nye og gamle forfatters verker kan bli utgangspunkt for filmer som vil kunne treffe alle aldersgrupper.

NY KINO

Nå har kinoen i Stavanger lenge vært i startropen for å få nye lokaliteter.

- Det er nå i gang en debatt om Sjølvbergets fremtid uten Kino1, sier Nilsen. I dag er realiteten at kinoens rammevilkår ikke er gode nok. Et Sjølvberget uten Kino1 kan bli et treffpunkt for lokal film, for smal og spesiell film, og som arena for en ny filmfestival. Det vil bli et Sjølvberget som er helt annerledes enn i dag.

- Sjølvbergets etablering av et nytt film- og musikkbibliotek viser en spennig satsing innefor dette kulturfeltet.

- Men ny kino når og hvor i Stavanger?

MIDT I SENTRUM

- Vi er nå i dialog i forbindelse med prosjektet rundt Ankerbygget, Gjensidigebygget og Romsøegården. Her er det forslått en kino i underetasjen i det store komplekset som er under utredning. I løpet av høsten 2006 vil det bli lagt frem en idéskisse. Om prosjektet blir en realitet vil det bli tale om et bygg med magasin, kontorer, hotell og kino. Vi trenger en kino med betydelig større arealer.

- I mine øyne er dette et prosjekt som ligger midt i smørøyet for oss. Det er ideelt. Denne ideen vil styrke sentrum ikke minst i forhold til konkurransen med Kvadrat, Kilden og Madlatoget. Det vil gi

sentrum sterkere opplevelsesaspekt, noe sentrum absolutt trenger. Sentrum vil da få en ny kulturdimensjon.

Nå har mange spådd kinoens undergang i lang tid.

- I de siste 10-15 årene har mange spådd kinoens undergang, bekrefter Nilsen. Kino1 hadde en nedgang i 2005, men ser vi på tallene fra 31.juli i år, er det økning i kinobesøket, både regionalt og nasjonalt. Kino1 satser nå på å gi publikum et bra bilde, god lyd og topp komfort. Nye Sandnes kino viser at det er veien å gå. Besøket i Sandnes har økt med rundt 20%. Men dette underbygger bare tanken om en ny kino. Det vi trenger er en ny kino med 15-20 saler med publikumskapasitet på ca 2.000 seter. Det er en fordobling av dagens kapasitet.



Lise R. Helland og Respond AS har fått kontrakten med å utvikle alle lisensproduktene til Stavanger2008. Eirik Bjelland i SpareBank 1 SR-Bank har gitt dem en bankløsning som gjør at de kan fokusere på oppgaven.



Når arbeidstid er penger

Vil hun få nok tid? Daglig leder Lise R. Helland skal nemlig få nok å henge fingrene i fram mot 2008. Hun og de 11 andre ansatte i Respond AS har fått kontrakten med å produsere alle Stavanger2008s lisensprodukter. Og det er ikke lite!

Tekst: Dag Svihus

Foto: Elisabeth Tønnesen

I et rom proppet av bager, capser og klær merket med den offisielle 2008-logoen treffer vi Helland sammen med sin bankrådgiver Eirik Bjelland i SpareBank 1 SR-Bank. Hun forklarer stolt hvordan de sammen med staben i Stavanger2008 har utviklet en egen kolleksjon med gaveartikler og tekstiler. Snart skal det ut til sponsormarkedet og til "mannen i gata". Hun gleder seg, og lover at vi vil se mye av disse produktene i tiden fremover.

Du har bankrådgiveren din med deg. Hva har dette med bank å gjøre?

- For oss er det viktig å gi våre kunder effektivitet, kreativitet, riktig design og løsninger, sier Helland. Da må vi bruke tiden på kundene. Derfor har vi gått over til PRO, den nye bankløsningen som SpareBank 1 SR-Bank har laget for små bedrifter. Den gjør at vi får alt på et sted og sparer tid. I stedet for å snakke med banken kan vi snakke med kundene.

GRUNNFJELLET

PRO? Vi lar bankens representant forklare.

- Omlag 75 prosent av alle bedrifter i Norge har under 10 ansatte. For oss i SpareBank 1 SR-Bank er dette grunnfjellet i den lokale verdiskapingen og kunder vi vil ta bedre vare på, sier Eirik Bjelland. PRO er et resultat av et langsiktig utviklingsprogram rettet nettopp mot små bedrifter.

Tar dere bedre vare på kundene gjennom å ha mindre med dem å gjøre?

- Ja, du kan gjerne si det slik, sier Bjelland og smiler. De som driver små bedrifter har mye til felles. For eksempel at de ikke har tid til å springe i banken for den minste ting. Fokus må være på kundene og jobbene. De har sjeldent egne ansatte som kun steller med økonomi. Ofte er det daglig leder som i tillegg til å være aktivt med i produksjonen må forholde seg til tall og penger, forklarer han. Det er for disse vi har utviklet PRO, en skreddersydd bankløsning for små bedrifter.

INNOVASJON

Hvordan fungerer PRO for dere i Respond?

- Vi er svært fornøyd, sier Helland oppriktig. I vår virksomhet er vi nødt til å være innovative og tenke nytt. Med PRO føler vi at banken også har tenkt nytt, og grundig

sett på hva det er vi egentlig trenger for å drive best mulig som liten bedrift. Med PRO har de samlet alt vi trenger i en enkel og oversiktlig løsning. Vi kan få gjøre det vi er best til - ikke trekke kølapp i banken.

FULL PAKKE

Hva ligger i PRO?

- Som PRO-kunde får du alt du trenger i én bankløsning, forklarer Bjelland, som Driftskonto, BedriftsNett og Betalingskort. Vi har lagt opp til at det skal være så enkelt som mulig. Det betyr at bedriften slipper å avtale møte og signere papirer hver gang de trenger nye tjenester. I BedriftsNett kan bedriften gjøre de fleste transaksjoner selv, og ha full oversikt over sitt forhold til banken. Elektronisk meldingstjeneste er en annen godbit hvor bedriften umiddelbart får beskjed på e-post når en innbetaling kommer inn på kontoen, sier han.

Og tar vi ikke helt feil vil det nok komme et og annet inn på kontoen til Respond AS. De er i støtet!

Respond AS

- 12 ansatte
- Reklame- og gaveartikler
- Daglig leder Lise R. Helland
- Respond overtok Rumags reklameavdeling for 2 1/2 år siden

- Omsetning i 2005 – 24 millioner kroner
- Budsjett 2006 – 26 millioner kroner
- Var med å starte kjeden GOSH som i dag har 10 medlemsbedrifter i Norge
- www.respond.no

Noen vil alltid savne den gamle kopimaskinen.



www.konicaminolta.no

strada

Med bizhub savner du ingenting.

Vi har skapt et nytt begrep innen kontorutstyr som drastisk reduserer kostnader og inspirerer til en uendelighet av muligheter. Du kan skrive ut, skanne, kopiere, fakse og sende e-post direkte fra bizhub. Og mye mer. bizhub er ganske enkelt midtpunktet for smarte forretninger.



Markedets mest komplette serie av fargeprodukter.

bizhub
forandrer alt



Konica Minolta Business Solutions Norway AS · Sverdrupsgate 23 · 4007 Stavanger · Tlf. 09400
www.konicaminolta.no

Taxi
STAVANGER

www.Stavangertaxi.no

51 90 90 90

Ring oss når du har behov
for transport

Mer enn 200 taxier
Busser fra 16 - 80 passasjerer
Rullestoltransport



Internett, server og sikkerhet.

Smarte løsninger. Så får du gjort mer av det du tjener penger på.

Hesbynett as · telefon 51 53 20 53 · www.hesbynett.no

HESBYNETT



Vi har alt i firmagaver - jakker, gensere, t-skjorter, håndklær, ryggsekker, reiserbagger, give aways med mer. Kanskje du skal gi bort påsegaver, sommergaver eller jubileumsgaver? **Uansett - prøv oss. Vi har det!**

Bedriftsveien 20, Vibemyr, 4313 Sandnes.

Telefon 51 97 90 07 Faks 51 97 90 08.

E-post helge@askeland.no

www.askeland.no

ASKELAND™
FIRMA GAVER

onix
kranportalen

onix
sertifikatbanken

onix
vedlikehold

onix
personell

Ett steg videre for deg som driver med utstyr eller personell.

Onix as_Vassbotnen 15_4313 Sandnes Tlf +47_51639360 Faks +47_51639379

www.onix.no



**"Loven er lik
for alle.
Advokaten er
forskjellen."**

Ingebjørg Voster [Advokat]

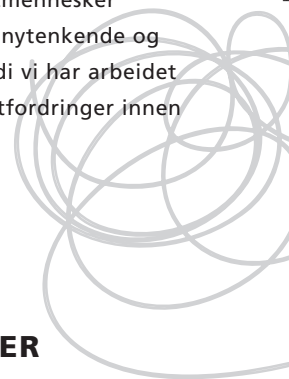
Endringsprosesser preger i stigende grad både enkeltmennesker og virksomheter. Når vi har fått ord på oss til å være nytenkende og annerledes i advokatbransjen, er det blant annet fordi vi har arbeidet tett med våre kunder og forbindelser. Vi er vant til utfordringer innen arbeidsforhold, selskap, skatt og kontrakter.

Advokatfirma Helliesen_Kvernberg AS.

Telefon 51 84 12 20 www.lawyer.no

**HELLIESEN_KVERNBERG
ENGASJERTE_MENNESKER**

Foto: Tom Haga



UTSTEIN KLOSTER

- Kurs og konferanser
- Selskapsarrangementer
- 18 rom - 27 sengeplasser
- Eget kjøkken med alle rettigheter

Tlf 51 72 47 05
www.utstein-kloster.no
utstein@online.no



Gode på service og møtetilbud

Næringsforeningen foretok nylig i samarbeid med Barometer Markedsanalyse AS en markedsundersøkelse blant foreningens 2.600 medlemmer. 815 medlemmer svarte på undersøkelsen. Dette gir en svarprosent på 33, noe som anses som tilfredsstillende. Hele 90% er på den fornøyde siden av skalaen.



Tekst: Randi Øglænd
Foto: Kim Ialand/BITMAP

TILFREDSHET MED MEDLEMSKAP

Først av alt – tusen takk til alle de av våre medlemmer som tok seg tid til å svare på vår omfattende medlemsundersøkelse. Resultatet vil bli brukt til å utvikle og forbedre vårt produkt, til glede og nytte for alle våre medlemmer og næringslivet i regionen.

Til vår store glede viste undersøkelsen at flertallet av medlemmene er godt fornøyde med Næringsforeningen. Hele 90% er på den fornøyde siden av skalaen. Dessverre ser vi at de yngre medlemmene er noe mindre fornøyde enn de eldre. Det vil vi gjøre noe med, ved å se på møtetilbudet, hvilke næringspolitiske saker vi engasjerer oss i og valg av artikler i Rosenkilden, for bare å nevne noe.

Medlemmene er mest tilfreds med service ved henvendelser, utbytte av møtene og vurderingen av det næringspolitiske arbeidet foreningen gjør. Næringsforeningen beskrives først og fremst som samfunnsbevisst, deretter positiv, oppdatert og troverdig.

MØTENE

Nettverket og møtetilbudet er de viktigste årsakene til medlemskap. Undersøkelsen viser også at flere og flere deltar på våre møter. Det setter vi stor pris på. Når det gjelder møtetema ser vi at mange ønsker møter som omhandler ledelse, kommunikasjon og markedsføring. Det vil vi ta

hensyn til ved planlegging av møteprogram for våren 2007. Vi har alt bestemt at denne høsten vil hvert nummer av Rosenkilden inneholde minst en artikkel som tar for seg et av de nevnte temaene.

SERVICE VED HENVENDELSER OG REGIONALE UTFORDRINGER

Spesielt gledelig er det å se at alle er meget godt fornøyd med den service de får ved henvendelse til foreningen. Vi lover å opprettholde den gode servicen også i fremtiden.

Vi har imidlertid en jobb å gjøre når det gjelder å nå ut til våre medlemmer utenom Stavanger og Sandnes. Her vil vi sette i gang et arbeid på ulike områder. Vi vil engasjere oss i næringspolitiske saker som er viktige for hele regionen, og saker som berører de mindre kommunene. I den sammenheng kan vi nevne at vi i løpet av høsten blant annet vil ha et sterkt fokus på utvikling av en ny Fagskole for mekaniske fag på Jæren. Vi vil også våren 2007 sette opp møter med saker som berører regionen, samt legge enda flere bedriftsbesøk og møter til andre steder enn Rosenkildehuset i Stavanger.

ROSENKILDEN

Undersøkelsen viser at "alle" blar gjennom Rosenkilden og ca halvparten sier at de leser artikler i hver utgave. Det er et bra resultat. Likevel ser vi at tilfredsheten totalt sett er noe blandet. Vi vil derfor i løpet av høsten sette ned et panel som kan vurdere magasinet på fritt grunnlag, og komme med positive og konstruktive innspill til videre utvikling av magasinet.

BAKGRUNN/HENSIKT

Næringsforeningen i Stavanger-regionen skal fremme næringslivsinteresser i Stavanger-regionen. Det skal vi gjøre ved å være en medlemsorientert aktør og en attraktiv samarbeidspartner som arbeider for å sikre at regionen har kvaliteter som gjør at folk ønsker å bo og arbeide her. Undersøkelsen får fram medlemmenes holdninger og prioriteringer, og hjelper Næringsforeningen i vårt videre planleggingsarbeid.

METODE/MÅLGRUPPE

Undersøkelsen er gjennomført ved at det er sendt ut et spørreskjema til medlemmene via e-post. Målgruppen for undersøkelsen var foreningens ca. 2.600 medlemmer. Undersøkelsen er gjennomført iht. Norsk Markedsanalyse Forenings etiske regler

GI INNSPILL OG TILBAKEMELDINGER

Vi tar imot og setter stor pris på kontinuerlige innspill og tilbakemeldinger, og oppfordrer alle våre medlemmer til å ta kontakt om de har gode ideer til møter, forslag til næringspolitiske saker vi bør involvere oss i eller innspill til artikler i Rosenkilden - eller andre konstruktive innspill. Er du ikke fornøyd med noe, setter vi pris på tilbakemelding på det også. Da gir dere oss en anledning til å forbedre oss og tilbudet vårt, til felles glede og nytte for hele regionen.

Du kan lese hele resultatet av undersøkelsen på www.stavanger-chamber.no.





David Ottesen

Vel overstått sommer....

Og velkommen til en spennende høst med mange muligheter og utfordringer.

Styret satte seg stevne på Jæren Hotell i siste del av juni. Der gjennomgikk vi Næringsforeningens visjoner og strategier, for å se om det var behov for endring. Ikke overraskende konkluderte vi med at foreningen er solid festet i sterke og fornuftige målsetninger, og at vi vil fortsette fremover med stø kurs. Jeg vil likevel trekke frem to ting som ble diskutert, og hvor jeg forventer at våre medlemmer vil se tydelige resultater fremover.

Medlemsundersøkelsen som Næringsforeningen i Stavanger-regionen i samarbeid med Barometer Markedsanalyse AS gjennomførte i vår ble presentert for styret. Takk til de 815 medlemmene som svarte på undersøkelsen. Tilbakemelding fra medlemmene er viktig, og jeg oppfordrer den enkelte til å fortelle hvor du vil skapet skal stå. Undersøkelsen viser at administrasjonen og resursgruppene gjør en kjempejobb. Takk skal dere ha for det. Men det viktigste med en slik undersøkelse er å synliggjøre forbedringsområdene. Og de finner vi også her. Ungdommens engasjement og forenings aktualitet for denne gruppen og bruk av foreningens hjemmeside som en ressurs for medlemmene, er noen eksempler. Administrasjonen og styret kommer til å arbeide videre med denne undersøkelsen utover høsten, og det håper vi at du vil merke.

Heldigvis er der flere aktører som aktivt arbeider for å bedre næringslivets kår i regionen i tillegg til Næringsforeningen. En slik aktør er Stavanger Region Næringsutvikling (SRN). Styresamlingen tok opp hvordan vi kan bidra til at fellesskapet kan bli enda mer slagkraftig, for å sikre at vi sammen kan bedre vilkårene for vårt mang-

foldige næringsliv.

Vår konklusjon er en fortsettelse av arbeidet på grunnlag av Strategiske Næringsplan for Stavanger-regionen (samme plattform som SRN arbeider ut ifra, og vi vil videreutvikle samarbeid med SRN, samtidig som vi arbeider med våre egne saker som Næringsforening.

Vårt mål er at du som medlem vil se ett aktivt samarbeid der det er naturlig, og at vi separat adresserer andre tema der det er mer passende. Effektivitet er viktig for oss alle, så også for SRN og Næringsforeningen, gjennom denne tilnærming får vi større gjennomslagskraft, hindrer parallelle eller i verste fall kolliderende aktiviteter og sløsing av ressurser.

Denne utgaven av Rosenkilden har Kultur og Samfunn som tema. Det er selvfølgelig aktuelt å ta pulsen på oppkjøringen frem mot Stavanger som Europeisk Kulturhovedstad i 2008. Temaet er også veldig aktuelt med tanke på våre ambisjoner om å fremstå som den mest attraktive regionen å bo og arbeide i.

Kultur handler i aller høyeste grad om oss mennesker og samspillet oss i mellom, men også om brytningene og forskjellene. Det er ikke en omforent kulturplattform, men et kulturelt mangfold som har kimen i seg til å få regionen til å blomstre opp, dersom vi gjør bruk av dagens muligheter.

Så la oss stimulere det kulturelle mangfoldet slik at vi fremstår som den mest attraktive regionen - gjennom åpenhet og mangfold.

Rosenkilden distribueres til private og offentlige virksomheter på hele **Jæren og i Ryfylke**.

Priser: (størrelser angitt med BxH)

Helside: (Utfallende) 210x297 mm, 186x270 Kr. 17.500.-

Halvside: 186x134 mm (ligg.) Kr. 10.000.-

Kvartside: 186x65 mm (ligg.) Kr. 5.500.-

Innstikk: pris etter avtale. Fem prosent rabatt for medlemmer. For mer informasjon kontakt:

Helge Gunnar Nesse på telefon: **51 51 08 85** eller e-post: nesse@stavanger-chamber.no.

Frist for innlevering av materiell for neste nummer er 11. september
Trykk: Kai Hansen Trykkerie AS



Kjetil Jacobsen

Salgs- og
Markedsdirektør
i Tektonisk AS

Nyansatt Salgs- og
Markedsdirektør i
Tektonisk AS

Kjetil Jacobsen er
ansatt som Salgs- og
Markedsdirektør i
Tektonisk AS. Han kom-
mer fra stilling som

Supply Chain Manager i Vetco Aibel AS i Stavanger. Tektonisk som har hovedkontor i Bergen og virksomhet i England, oppretter i forbindelse med ansettelsen av Jacobsen eget kontor i Stavanger. Etableringen i Stavanger innebærer også oppbygging av en lokal serviceorganisasjon i takt med forretningsutviklingen. Jacobsen har over 20 års erfaring fra olje & gass industrien, hvor han har satt sentralt i verdikjeden og arbeidet tett sammen med oljeselskaper, kontraktører og leverandører. Han har utdannelse innen el. kraft og kontraktsadministrasjon fra UIS.



Even Gjesdal

CFO i Roxar AS

Even Gjesdal (35) er ny
CFO i Roxar AS.

Denne uken ble det klart at Even Gjesdal blir ny CFO (Chief Financial Officer) i det norske oljeteknologiselskapet Roxar AS. Gjesdal har

fungert i stillingen fra januar i år og, er nå formelt tiltrådt. Han har jobbet i Roxar i tre år, og var nylig sentral i salget av Roxar til investeringsselskapet Arcapita. Gjesdal er utdannet som revisor fra Handelshøgskolen BI i Sandvika (Oslo), og har erfaring fra tilsvarende stilling i Bjørge ASA. "Det er spennende tider for Roxar. Salget av selskapet til Arcapita og den enorme veksten i selskapet for øvrig gjør Roxar til et spennende selskap å jobbe for. Gjesdals kjennskap til olje- og energibransjens dynamikk og hans mangeårige erfaring innen finans gjør ham til en sterk del av Roxars lederteam", sier Roxars CEO Sandy Esslemont i en kommentar.



Randi Aardal
Bloom

Freelance
AD/grafisk
designer

Randi Aardal
Bloom er etablert i
Sandvigå

Randi Aardal (36) har
flyttet til Reklame-
etasjen i Sandvigå.
Hun jobber som free-
lance AD/grafisk desig-

ner, og etablerte en-kvinnes-firmaet Bloom våren 2005. Aardal har bachelorgrad (Hons) innen grafisk design fra Coventry School of Art and Design, England. Hun har også handelsskoletutdannelse og 10 års variert arbeidserfaring både fra privat næringsliv og offentlig administrasjon. Aardal sitter nå som leder for Grafill Rogaland (lokallag for Grafill - Norsk organisasjon for visuell kommunikasjon), og har styreverv i Stavanger Filmklubb.

Nyhet til små bedrifter: PRO - enkel og effektiv bankløsning

Nå kan du få
mer ut av banken.
Og bruke mindre
tid på det.

pro

Fordi arbeidstid er penger

Driver du en liten bedrift? Da vet du at arbeidstid er penger. Å løpe i banken for den minste ting er ikke bare travelt - det fører også til tapt fortjeneste.

I SpareBank 1 SR-Bank ønsker vi å gjøre det enklere for de små bedriftene. Dere er grunnfjellet i verdiskapingen. Derfor har vi utviklet PRO - en enkel og komplett bankløsning for våre minste bedriftskunder, som gir flere fordeler og rabatter. PRO inneholder alt du trenger og er langt enklere enn det du har i dag.

Vil du vite mer? Se www.sr-bank.no/pro
Ta kontakt med oss på tlf 02008
eller post@sr-bank.no